

PROGRAMA EMPRENDEDOR

RESTAURANTE "STEAK & BONE"

**ADRIANA GOMEZ M.
PAOLA CAROLINA GONZALEZ C.
ANGELA MARIA ZARATE A.**

**CORPORACIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR, UNITEC
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA
Bogotá, Septiembre de 2002**

PROGRAMA EMPRENDEDOR

RESTAURANTE "STEAK & BONE"

**ADRIANA GOMEZ M.
PAOLA CAROLINA GONZALEZ C.
ANGELA MARIA ZARATE A.**

ASESOR: JORGE ENRIQUE PACHECO R.

**CORPORACIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR, UNITEC
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA
Bogotá, Septiembre de 2002**



TABLA DE CONTENIDO

1. ESTUDIO PRELIMINAR

1.1. Naturaleza del Proyecto

- 1.1.1. Hotel para enfermos terminales**
- 1.1.2. Restaurante para perros y personas**
- 1.1.3. Minimercado para niños**
- 1.1.4. Artesanos Gourmet**

2. RESUMEN EJECUTIVO

3. ESTUDIO DE MERCADOS

3.1. Análisis de la demanda

- 3.1.1. Distribución de la población canina por estratos socioeconómicos según la secretaria de salud**

3.2. Análisis de la oferta

3.3. Análisis de precio

3.4. Análisis de comercialización

3.5. Oportunidades estratégicas básicas. Análisis DOFA

- 3.5.1. Fortalezas**
- 3.5.2. Debilidades**
- 3.5.3. Oportunidades**
- 3.5.4. Amenazas**



3.6. Encuesta a la población del mercado objetivo

3.6.1. Ficha técnica de la muestra

3.6.2. Encuesta

3.6.3. Graficas de la encuesta

3.6.4. Conclusiones de la encuesta

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Filosofía empresarial

4.2. Misión

4.3. Visión

4.4. Principios

4.5. Valores

4.6. Objetivos y estrategias

4.7. Políticas corporativas

4.7.1. Políticas generales

4.8. Departamento administrativo

4.8.1. Políticas

4.9. Departamento de comercialización

4.9.1. Políticas

4.10. Departamento de Producción

4.10.1. Políticas

4.11. Departamento operativo

4.11.1. Políticas

4.12. Organigrama

4.13. Funciones

4.13.1. Funciones del área administrativa

4.13.2. Funciones del área operativa



- 4.13.3. Funciones del área de producción
 - 4.14. Proceso productivo y de servicio al cliente
 - 4.14.1. Proceso productivo de la materia prima
 - 4.14.2. Proceso productivo de servicio al cliente
 - 4.14.3. Proceso área canina
 - 4.15. Recursos físicos
 - 4.16. Recetas estándar
 - 4.17. Carta
 - 4.18. Planta física
5. ESTUDIO FINANCIERO
6. ANEXOS
7. ASPECTOS LEGALES



1. ESTUDIO PRELIMINAR

1.1 NATURALEZA DEL PROYECTO:

1.1.1 HOTEL PARA ENFERMOS TERMINALES.

Creemos que nuestro proyecto puede ser factible ya que en Colombia no existen lugares con comodidades suficientes donde las personas que padecen enfermedades terminales tengan una buena atención y asesoría para aprender a convivir con su enfermedad de una forma menos traumática.

En nuestro país existe un sin numero de personas que padecen enfermedades terminales, las cuales acaban su calidad de vida, por esto esta empresa esta dirigida a este sector, para brindarles todo el apoyo, psicológico, tecnológico y afectivo que estas personas necesitan.

El producto o servicio que se va a ofrecer es un Hotel para enfermos terminales, que sirve para lo siguiente:

- ◆ Mejorar la calidad de vida de las personas que padezcan enfermedades terminales.
- ◆ Brindar un excelente servicio en cuanto a hospedaje y medicina.
- ◆ Mostrar a estas personas una manera diferente de vida con este tipo de enfermedades.

Para el desarrollo del proyecto en primer lugar se va a adaptar un edificio con todas las comodidades de un hotel y con la tecnología necesaria para atender a las necesidades de estas personas.

Desde luego con la colaboración de especialistas en el área de medicina especializada.

Asesoradas de personas especializadas en el área de medicina podremos definir que equipos se necesitan para el cuidado de estas personas.

Por otra parte necesitaremos todos los implementos necesarios para cada área del hotel como son por ejemplo:

Habitaciones
Lavandería
Restaurante (cocina)
Administrativa
Recepción
Room Service



El hotel estaría ubicado en la sabana de Bogotá en un lugar tranquilo y placentero.

Como se dijo anteriormente el proyecto por el momento va dirigido a enfermos terminales de: cáncer, sida o infecciones renales.

La realización de este proyecto se llevaría a cabo con la colaboración de especialistas en la materia de medicina e indiscutiblemente de hotelería, como son por ejemplo:

En el área de medicina:

Doctor Cristóbal Buitrago de la dirección científica del Instituto nacional del riñón.

Diana Hincapié de Laboratorios fresenius Medical Care.

En el área de hotelería:

Socias;

Adriana Gómez Meñaca

Paola Carolina González Castilla

Angela María Zárate

Asesores;

Miguel Enrique Díez Trujillo de la Dirección Nacional de operaciones de la cadena Estelar.

María del Pilar Guerrero de organización de eventos de la dirección científica del instituto nacional del riñón.

1.1.2 RESTAURANTE PARA PERROS Y HUMANOS

Encontramos a diario miles de lugares donde podemos encontrar comida de toda clase, pero a ninguno de ellos podemos entrar con nuestras mascotas.

Para nosotros los amantes de los animales siempre ha sido un problema ya que cuando estamos con ellos nos vemos en la ardua dificultad de dejarlos en el carro o sencillamente no comer. Es por esto que nuestro proyecto está satisfaciendo esta necesidad, ya que en nuestro restaurante encontraremos una gran variedad de platos a nuestro gusto y al mismo tiempo snacks y alimentos para perros.

En Colombia no encontramos restaurantes de este tipo en el cual las personas puedan llegar a compartir un agradable y divertido rato en compañía de su mascota.



Esperamos poder brindarles a nuestros clientes(humanos y perros), un excelente servicio en cuanto a la atención prestada y una buena calidad en cuanto a la alimentación tanto para la persona como para el animal.

El servicio que vamos a ofrecer es un restaurante para perros y humanos, que sirve para:

- ◆ Crear un restaurante diferente a todos los que ya existen en donde las personas y animales puedan ir a jugar y comer sin ningún problema.
- ◆ Cambiar la mentalidad de las personas respecto a que sus mascotas no puedan compartir un sitio como estos con ellos.
- ◆ Ofrecer diferentes platos a nuestros clientes.

Para el desarrollo de este proyecto vamos a adaptar una casa campestre con todas las comodidades necesarias para un restaurante para perros y humanos.

Utilizaremos los equipos e infraestructura necesaria para el buen funcionamiento de un restaurante como son por ejemplo:

Estufas

Hornos

Neveras, etc.

En la parte del restaurante habrá sillas, mesas, juegos al aire libre para niños y perros.

Nuestro restaurante estará ubicado en una casa en las afueras de la ciudad, lo suficientemente grande para poder incluir un lindo parque para animales y niños. Estará dirigido a aquellas personas amantes de las mascotas (perros) y a ellas mismas.

La realización de este proyecto se llevaría a cabo con la colaboración de un veterinario que se encargaría de la parte de la alimentación de los animales y los socios que se encargarían de la parte del restaurante.

1.1.3 MINIMERCADO PARA NIÑOS

Muchas veces las personas que tienen hijos se encuentran obligadas a llevarlos a hacer compras en los supermercados por esto vemos interesante evitar las tediosas actividades con los niños.

Al mismo tiempo pretendemos que los niños aprendan el valor del dinero y la importancia del mismo.



Queremos lograr que las personas estén a gusto haciendo mercado y así mismo que los niños estén en una actividad educativa.

El producto o servicio a ofrecer es un Mini mercado para niños, para:

- ◆ Concientizar a los niños sobre la importancia y valor que tiene el dinero.
- ◆ Lograr que para los padres esta actividad al lado de sus hijos no se convierta en algo insoportable.
- ◆ Dar la oportunidad a los niños que escojan sus productos favoritos.

Para la realización del proyecto se necesita: diseñar un supermercado a escala, el cual adecuaríamos en el interior de las instalaciones de un supermercado de cadena; además los equipos e infraestructura necesaria para un supermercado pero a pequeña escala. Como son por ejemplo:

Góndolas
Neveras
Refrigeradores
Carritos
Canastas, etc.

Como se dijo anteriormente estaría ubicado en el interior de las instalaciones de un supermercado de cadena y esta dirigido a niños entre 4 y 10 años.

Este proyecto se realizaría con el apoyo de un supermercado de cadena y personas especializadas en niños.

1.1.4 ARTESANOS GOURMET.

Consiste en una tienda que ofrezca a las amas de casa de los estratos 4, 5 y 6 variedad de refinados productos alimenticios elaborados por artesanos culinarios. El proyecto también comprende la importación de productos especiales utilizados para la elaboración de platos de la cocina internacional. Adicionalmente se contará con el apoyo de chefs de reconocida trayectoria que ofrezcan dentro de las instalaciones de la tienda cursos de culinaria especializados. La idea es que los participantes en estos cursos encuentren en la tienda los ingredientes especiales necesarios para la elaboración de los platos.



Actualmente no existe en Bogotá un sitio único en donde las amas de casa puedan encontrar todo lo necesario para los eventos especiales que ofrecen en sus casas.

El proyecto espera cautivar una clientela especial que tienen con frecuencia invitados a los que atienden con viandas y platos especiales. Se espera también ir creciendo el negocio según la demanda de la clientela ofreciendo cada vez mas productos y servicios.

Se ofrecerá un conjunto de refinados productos alimenticios elaborados cuidadosamente por artesanos culinarios, tales como patés, quesos, antipastos, encurtidos, tortas, productos de panadería europea, salsas, mermeladas, dulces, etc. Acompañados de productos importados tales como vinos y licores de diferentes países, aceitunas, aceite de oliva, vinagres aromatizados, salsas, aliños, libros de cocina, etc.

Los artesanos que surten el negocio serán seleccionados según la variedad y la calidad de los productos que elaboran. Se tendrá en cuenta su capacidad de producción y se establecerán contratos de suministro que le permita a ARTESANOS GOURMET garantizarles la compra de la producción requerida y darles apoyo en la financiación de su capital de trabajo (compra de ingredientes por ejemplo).

El proyecto funcionará en una casa antigua de la parte baja del barrio Los Rosales, entre las carreras 4 y 5, de fácil acceso y con facilidades de estacionamiento. Contará con una decoración elegante y acorde con el tema del negocio. Se dotará de neveras, congeladores, mostradores, mesas de degustación, cavas para los licores, etc.

Se requiere una sencilla plataforma computacional que permita: registrar las cuentas del negocio, los pedidos, inventarios, etc, al igual que un sistema de atención al cliente en el que se deben registrar los datos de los clientes, sus sugerencias etc. Este sistema debe apoyar las promociones a través de correo directo que se deben desarrollar para introducir nuevos productos y servicios.

Las personas que harían parte de este proyecto serian: Los propietarios, los artesanos proveedores, los chefs contratistas, los empleados: administrador(a), vendedores, cajero(a).

Se requiere unos recursos que se estiman en:
20 millones de pesos para la dotación y decoración de la tienda.
4 millones de pesos para un equipo de computo y el software.
10 millones de pesos para los equipos frigoríficos.
46 millones de pesos de material de trabajo.



Para un total de 80 millones de pesos.

- *PARA TODOS LOS PROYECTOS SE ESPERA QUE UNA VEZ SUPERADA LA ETAPA DE INSTALACIÓN Y MONTAJE, ALCANCE UNA RENTABILIDAD SUPERIOR AL 8% YA QUE SI ES INFERIOR A ESTE PORCENTAJE SERIA MAS RENTABLE ADQUIRIR UN CDT.*



2. RESUMEN EJECUTIVO

La idea emprendedora para nuestro plan de negocios es un restaurante para personas y perros, al que puedan asistir amos de mascotas caninas y sus familias junto con su perro para compartir momentos agradables. Encontrarán cartas con menús especializados para personas y mascotas. A su vez podrán disfrutar de un excelente servicio y atención, recreación y entrenamiento para sus mascotas. Esporádicamente se realizarán actividades de interés para los dueños de perros, dentro de los cuales figuran exposiciones caninas, pruebas de agilidad y concursos diseñados especialmente para que los dueños de las mascotas puedan compartir con ellas los momentos más agradables en un ambiente que se del gusto tanto de los humanos como de sus fieles canes.

Se trata de una microempresa de servicio del sector de alimentos y bebidas.

La misión es prestar servicios de esparcimiento buscando la excelencia, para la satisfacción total de los clientes por medio de productos de la mejor calidad. Todo esto en un ambiente agradable en el cual compartan las familias con sus grandes amigos las mascotas, recibiendo una atención especial.

Nuestro objetivo para los primeros seis meses es tener adelantado el montaje del restaurante, la campaña publicitaria, y así poder abrir pronto las puertas del negocio y prestar el servicio al público. En un año se espera que el trabajo este en su plena capacidad, que el restaurante tenga gran reconocimiento y haber podido superar el punto de equilibrio.

“STEAK & BONE” resuelve un gran problema que se le suele presentar a los propietarios de perros, y es que generalmente cuando quieren salir a pasear con ellos, y quieren entrar a algún restaurante, sus mascotas no son aceptadas, es por esto que se ven en la penosa tarea de dejarlos en los carros, o prefieren no entrar al restaurante o simplemente se abstienen de salir de sus casas para poder compartir esos momentos con sus mascotas y evitar dejarlas solas.

Las ventajas de nuestro servicio es que las personas no van a encontrar el problema que se planteaba anteriormente; sino por el contrario podrán gozar de excelente atención y trato para sus mascotas. Además el restaurante contara con espacios al aire libre en donde niños, adultos y perros podrán divertirse con las diferentes atracciones: parque infantil, parque canino, recreación y entrenamiento (perros), actividades especiales, etc.



El negocio contara con 5 zonas especificas:

1. Salón-comedor.
2. Zona para los perros, donde podrán tomar sus alimentos y a su vez descansar.
3. Espacios al aire libre con parques infantil y canino.
4. Cocina.
5. Area administrativa.

Las condiciones actuales de la industria de alimentos y bebidas presenta un alto nivel de demanda, el cual en la actualidad, no se encuentra totalmente satisfecho gracias a la gran variedad de gustos y preferencias lo que encaminan una tendencia altamente diferenciable que involucra a los consumidores que hacen uso de este tipo de servicio.

La industria ha demostrado que, este tipo de mercado, fue uno de los que menos afectados se vio en la crisis que vivió el país, puesto que las personas tienen preferencia a escatimar en gastos de otra índole, con tal de poder disfrutar un rato en compañía de sus allegados para así tener un momento de distracción en el cual se desprenden de los problemas que a diario afrontan.

Todo esto demuestra que es viable la creación de un negocio que reúna dichas características, puesto que en la ciudad no existe un establecimiento que ofrezca este servicio, el cual se puede posicionar de manera tal que pueda alcanzar una porción de mercado necesaria para generar una rentabilidad que sea altamente atractiva para los socios.

La empresa esta constituida por 3 socias, Adriana Gómez M., Paola Carolina Gonzáles y Ángela Maria Zarate. Todas ellas estudiantes de administración hotelera, con suficiente conocimiento y experiencia adquirida en el sector de alimentos y bebidas.

Las cocinas estarán diseñadas y equipadas con todos los elementos necesarios para brindar productos excelentes, procurando estar a la vanguardia de la ultima tecnología desarrollada para este tipo de negocios.

Se creara una base de datos con clientes frecuentes para poderle informar constantemente de los eventos y promociones que se estarán realizando.

Las socias realizaran un aporte inicial de \$5.000.000 cada una y se tramitara un prestamo de \$15.000.000 a una tasa del 18% anual lo que constituye \$30.000.000 de capital inicial.



3. ESTUDIO DE MERCADOS

3.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Al perro desde épocas remotas se le ha identificado como el mejor amigo del hombre, lo ha acompañado en su evolución brindándole protección y compañía, y así sigue sucediendo; hasta podríamos decir que hoy en día el perro no es solo una mascota sino un miembro de la familia. Por esta razón es que consideramos que en las ocasiones en que las familias salen a comer no deben dejar a los perros en sus casas, y mucho menos encerrados en un carro. En este orden de ideas, aunque la población de perros tiende a crecer, este no es un factor determinante de la demanda de nuestro servicio, pues la convivencia con estos es parte, no solo de nuestro modo de vida, sino de la condición humana.

Observando las estadísticas realizadas por la secretaría de salud de la población canina existente en la ciudad de Bogotá, nos hemos dado cuenta que aunque la gran mayoría de familias que poseen perro se encuentran en los estratos 1,2 y 3, las cifras que encontramos en los estratos 4, 5 y 6 no son nada despreciables, y cumplen con las expectativas de demanda que habíamos presupuestado para el éxito de nuestro negocio los principales clientes que tendrá nuestro restaurante serán personas entre los 15 y 70 años de edad, pertenecientes a los estratos atrás mencionados, ya que estas personas tienen los recursos económicos para ir a un lugar como este y departir momentos agradables con las personas más allegadas a ellos y sus perros.

Nuestros clientes son personas amantes de los perros que se preocupan por su bienestar; les gusta compartir gran parte de su tiempo con ellos, llevándolos a campos abiertos, concursos caninos, ciclovía y muchos sitios mas para que puedan disfrutar de un gran día, acostumbrando a hacer este tipo de actividades mínimo 1 vez a la semana.



3.1.1 DISTRIBUCIÓN POBLACION CANINA POR ESTRATOS SOCIO-ECONOMICOS SEGÚN LA SECRETARIA DE SALUD

ESTRATO	# POBLACION CANINA	% DE LA POBLACION CANINA
6	15.592	2.8%
5	32.011	5.7%
4	30.322	5.4%
3	214.113	38.4%
2	221.928	39.8%
1	43.998	7.9%

Fuente: Estudio de la población canina por estratos socio-económicos.
Secretaría Distrital de Salud.

En la actualidad las familias que poseen una mascota perro, no encuentran un servicio con estas características y se ven en la obligación de dejarlos en la casa, lo cual no deja de ser un problema ya que a estas personas les gusta compartir momentos con sus mascotas.

3.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Normalmente las familias que tienen perros deben suplir estas necesidades llevando a sus mascotas a campos abiertos en los que no se les ofrece ningún servicio, por lo que deben estar pendientes permanentemente de estos miembros de la familia, sin lograr disfrutar plenamente de su actividad; o, lo que es aún mas cruel, dejarlos por horas encerrados entre un carro, mientras comen cómodamente en un restaurante.

Por estas razones y después del análisis del mercado vemos que nuestros principales competidores serian aquellos restaurantes campestres de parrilla, en los cuales las mascotas no pueden ingresar a el establecimiento y compartir con la familia, estos estarían representados principalmente en:

- La Cabaña
- El Humero



- Andrés Carne de Res
- El Mondongo y Algo Más
- Martín Fierro
- Sabor de Campo
- San Barichara
- Hacienda La Margarita
- El Angar
- Yerbasantá
- La Parrilla del Gordo

Por lo que marcamos una gran diferencia respecto a ellos ya que nuestro establecimiento esta especialmente adecuado para prestarle servicios también a la mascota; es decir nuestra competencia no es directa sino indirecta.

Según las proyecciones que hemos realizado, aún cuando el servicio que planteamos esta relacionado con otros que en el sector se prestan, este es mas específico y busca suplir otras necesidades, como poder estar disfrutando de la compañía de su mascota; y como atrás lo expresamos, ningún otro sitio en la actualidad presta este servicio, ni esta en las condiciones de adecuar sus instalaciones para este fin; y aquellos que podrían hacerlo entrarían a ser parte de la competencia natural que tiene cualquier negocio, representando esto ventajas para el consumidor final, y desde otro punto de vista, nosotros tendríamos ventaja frente a los demás en aspectos como la experiencia y nombre (Know How y Good Will respectivamente).

Los servicios que ofrecerá nuestro restaurante "**Steak & Bone**", están clasificados dentro de un mercado cuya competencia es eminentemente indirecta, por lo que debemos fortalecernos en diversos aspectos tales como excelente servicio y calidad en la comida para nuestros clientes.

En cuanto a las perspectivas de crecimiento de nuestro proyecto, hemos desarrollado varias posibles estrategias de expansión. La primera consistiría en la ampliación de nuestras instalaciones, en tal medida que se supliera la demanda. La segunda, sería posible, en la medida en que surgieran accionistas interesados en abrir nuevas sucursales en otras zonas periféricas de la ciudad. Y por último, la mas ambiciosa de nuestras proyecciones sería la de ofrecer franquicias al público, por medio de las cuales podríamos expandir el negocio a nivel no solo local, sino también a nivel nacional, lo que representaría excelentes ingresos, maximizando recursos y haciendo mas efectiva la productividad.



3.3 ANÁLISIS DEL PRECIO

Un manejo hábil de precios puede asegurar las utilidades a largo plazo y pasar de un establecimiento de promisorio crecimiento a un establecimiento líder predominante en el mercado.

Cuidadosamente utilizado, el precio puede dar al competidor la oportunidad de desplazar un establecimiento líder y establecer uno nuevo.

El precio es el valor principal para determinar la rentabilidad de un establecimiento.

Para llegar a saber cual es el precio de los productos se realizan anualmente presupuestos de ventas y de costos para saber cuanto vamos a vender y cuanto nos va a costar producirlo.

De igual forma se realizó una investigación de los precios de la competencia, para estar dentro de su margen de incrementos y no sobrepasarlos.

Es importante tener en cuenta que el precio de los productos que se ofrecen se encuentra afectado directamente por el valor de las materias primas.

Los precios existentes en el mercado oscilan entre los \$10.000oo y los \$30.000oo, y aun cuando nosotros ofrecemos servicios diversos mantendríamos la misma línea de precios.

Los precios de los productos del restaurante "**STEAK & BONE**" están basados en los costos y gastos de producción, administración y ventas más un margen de utilidad.

3.4 ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACION

Como es conocido, en este ámbito hacer publicidad mediante medios masivos no es lo más recomendable, puesto que las personas que frecuentan este tipo de lugares no afectan su decisión por los comerciales que de estos se haga; por el contrario las personas toman la decisión de acudir a estos lugares por experiencias personales y por experiencias de amigos que les comentan sobre estos.



Sin embargo se busca la posibilidad de realizar una base de datos con los clientes potenciales para que estos periódicamente reciban publicidad sobre el lugar, nuevos productos y eventos que en este se realicen.

Nuestro restaurante se dará a conocer al público por medio de plegables que estarán en las diferentes veterinarias y tiendas especiales.

También se pautará en el periódico El Tiempo (Bogotá), esto es a nivel externo del restaurante.

A rectangular graphic containing the restaurant's logo and promotional text. The logo 'Steak & Bone' is at the top left, with 'Siempre Fiel' written below it in a bold, sans-serif font. To the right of the logo is the heading 'Carnes a la parrilla' and a paragraph of text. At the bottom left of the graphic, the address and phone numbers are listed.

Steak & Bone
Siempre Fiel

Carnes a la parrilla

Ideal para compartir los mejores momentos con tu amigo fiel (perro), en total tranquilidad y armonía.

Km. 5 Vía Tabio - Tenjo
Cundinamarca

Teléfonos: 091 - 864 65 92
091 - 864 75 08

Por lo anterior consideramos importante realizar una publicidad en el interior del establecimiento, acompañando el buen servicio, con medios visuales que agraden a los clientes que frecuentan el establecimiento, tales como el aviso de la entrada el cual debe ser llamativo y de fácil recordación, elementos decorativos y elementos útiles (tales como platos, vasos, etc.) que lleven impreso el logotipo del establecimiento.

El medio de publicidad más eficiente, es la comunicación de los clientes reales con los clientes potenciales, medio normalmente llamado 'boca a boca'. Por esta razón la empresa se preocupa por mantener una comunicación excelente de doble vía con los clientes desde el momento en el que éstos entran al establecimiento, hasta el momento en que éstos se retiran, indagando sobre la



impresión que les generó el establecimiento y que les gustaría que cambiara para su próxima visita.

Sin embargo, tenemos establecidas alianzas con patrocinadores que están directamente relacionados con los productos y servicios que de forma novedosa ofrecemos en nuestro proyecto y que tienen la exclusividad para nuestro establecimiento, con la contraprestación de mantener una activa y constante publicidad.

Como complemento de lo anterior, se programarán diversas actividades y promociones en nuestro restaurante, las cuales consistirán básicamente en concursos caninos, que serán directamente patrocinados por nuestros sponsors; además de esto ofrecemos a nuestros clientes la posibilidad de organizar sus propias actividades, en las que nos encargáramos de proporcionarles asesoría logística y en general poner a su disposición nuestros productos.

3.5 OPORTUNIDADES ESTRATÉGICAS BÁSICAS. ANÁLISIS DOFA.

3.5.1 Fortalezas

- Poseemos la excelencia en el servicio y el diseño, identificándonos como uno de los mejores restaurantes del sector.
- Ofrecemos precios cómodos a la medida de los ingresos de las personas que tomaremos como mercado meta, y así poder posicionarnos mas rápidamente.
- Al establecer como política que los empleados promuevan en los clientes el realizar sugerencias y observaciones, se podrá tener un contacto más cercano éstos últimos, ya que el contacto es directamente con el personal.
- La ambientación y música del restaurante será acorde con el tipo de negocio que se concluya se debe estructurar, buscando elementos que identifiquen al restaurante y así tendrá más alta recordación en las personas que lo visiten.
- Excelente relación obrero - patronal.
- Mínima rotación de personal.



3.5.2 Debilidades

- Es difícil el control del comportamiento de los perros, olores e higiene, por parte de las personas encargadas, lo que implica una disposición mayor por parte de tales personas para lograr este objetivo.

3.5.3 Oportunidades

- La búsqueda de nuevas alternativas por parte del mercado global que presenta este sector.
- El acercamiento directo con el cliente para que el mismo brinde observaciones y opiniones de forma que se sienta mas a gusto en el lugar.
- Mejoramiento continuo del servicio al cliente.

3.5.4 Amenazas

- Entrada al mercado de nuevas competencias.
- Búsqueda del menor precio y mayores ofertas por parte del cliente
- Situación de orden público.

Como conclusión del análisis DOFA, se puede decir que el restaurante "**Steak & Bone**".

Debe reforzar la búsqueda de cómo mantener fortaleza en cuanto al diseño y productos innovadores.

- Se debe implementar un sistema de comunicación directa con el cliente para conocer sus opiniones y observaciones con el fin de brindar cada día un producto mejor.
- Es importante tener consistencia a la entrada a este mercado y ser constante en el logro del posicionamiento en el mercado. Es necesario fortalecer mucho la publicidad y el mercadeo sobre restaurante.



3.6 ENCUESTA A LA POBLACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

La forma como se definió la muestra, fue de acuerdo con la fórmula de la población infinita:

$$n = \frac{z^2 p \times q}{E^2}$$

Donde:

n = Muestra

z = Grado de Confiabilidad

p = Aceptación del producto

q = Rechazo del producto

E = Porcentaje de error

Datos:

n = Para este caso el promedio es de 270 personas

z = 94%

p = 0.5

q = 0.5

E = 6%



$$n = \frac{(1.9206)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.06)^2}$$

$$n = \frac{0.92217609}{0.0036}$$

$$n = 256$$

3.6.1 Ficha Técnica de la muestra

- La encuesta fue realizada desde el día 23 de agosto de 2002 hasta 28 de agosto de 2002.
- Fue realizada en diferentes localidades de la ciudad a través de la ciclo vía, y también contamos con colaboración de algunas tiendas de mascotas en las que nos permitieron realizar la mayor parte de estas encuestas.
- El tipo de personas que se escogió para esta muestra fueron personas con algún interés en los perros, o personas que tienen como mascota un perro.
- El porcentaje de confiabilidad que tomamos para el elaboración de la encuesta fue del 94%.
- El tamaño de la muestra fue de 270 encuestas realizadas.



3.6.2 Encuesta

A continuación se presenta la encuesta piloto, que fue realizada tomando en cuenta los resultados del punto anterior.

SEXO: Femenino Masculino

¿SU EDAD ESTA ENTRE?

15 a 25 años 25 a 35 años 35 a 45 años 45 o más

1. ¿Tiene usted como mascota un perro?

Si No

2. ¿Le gustaría un restaurante donde pudiera ir con su perro y él tenga un lugar especial para comer y jugar?

Si No

¿POR QUÉ?

3. ¿Qué tipo de comida le gustaría encontrar para su perro en un lugar como este?

Snacks Concentrado Los dos

4. ¿Qué marca de concentrado le gustaría encontrar?

Proplan Pedigree Eukanuba Dog Chow

Todas las anteriores Otra ¿Cuál? _____

5. ¿Con qué frecuencia asistiría usted a este lugar?

1 vez a la semana 1 vez cada 15 días 1 vez al mes



6. ¿Qué comida le gustaría encontrar para usted?

Rápida Gourmet Típica Parrilla

7. ¿Cómo le gustaría la decoración?

Moderna Rústica

8. ¿Si le garantizamos una excelente comida y un rato ameno para compartir con su perro hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por plato?

\$5.000 a \$10.000 \$10.000 a \$20.000 \$25.000 en adelante

9. ¿En qué zona de la ciudad le gustaría que estuviera ubicado este lugar?

Centro Parque 93 Carrera 7 Zona rosa Usaquén

Otro ¿Cuál? _____

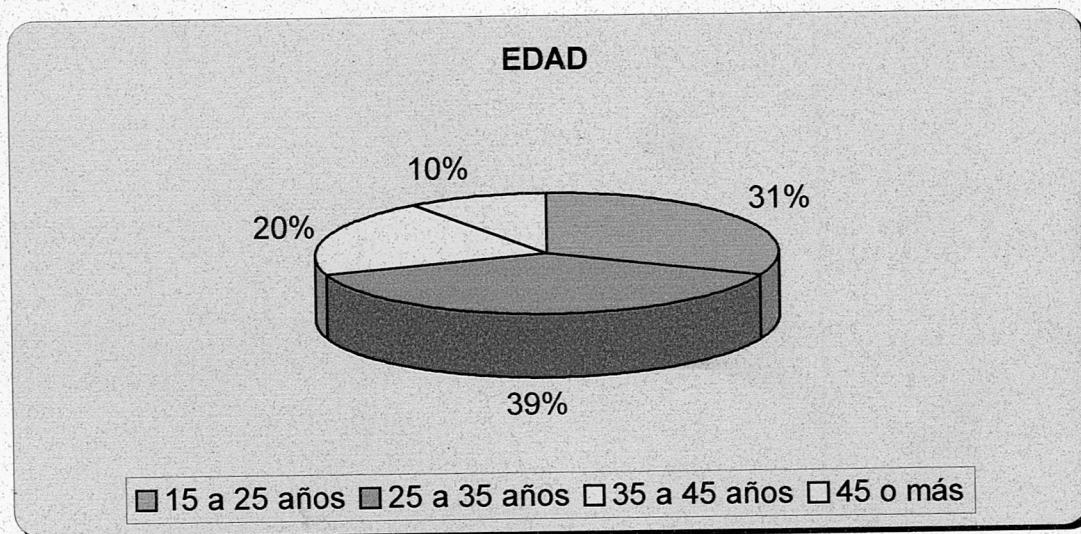
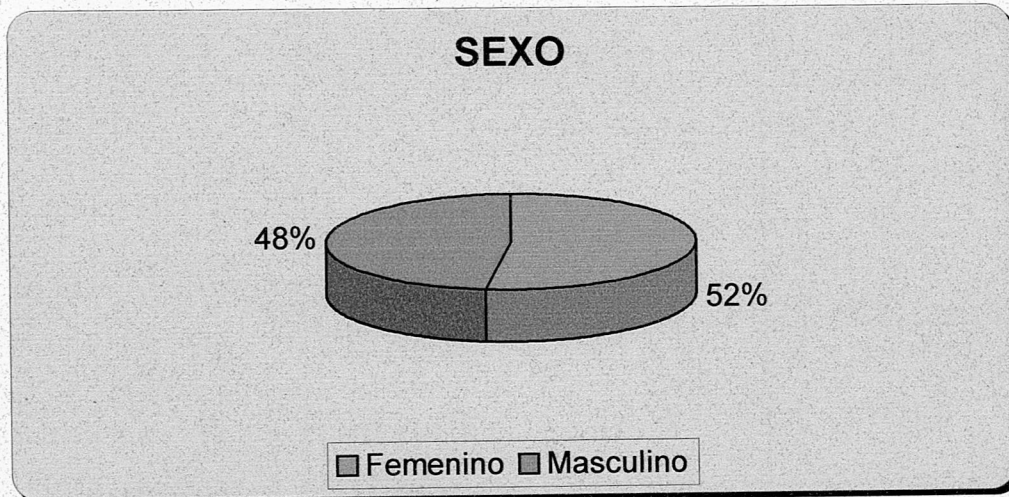
10. ¿Qué actividades le gustaría que se llevaran a cabo?

Concurso canino Conferencias sobre las diferentes razas de perros

Celebración cumpleaños de su perro Fiesta de disfraces

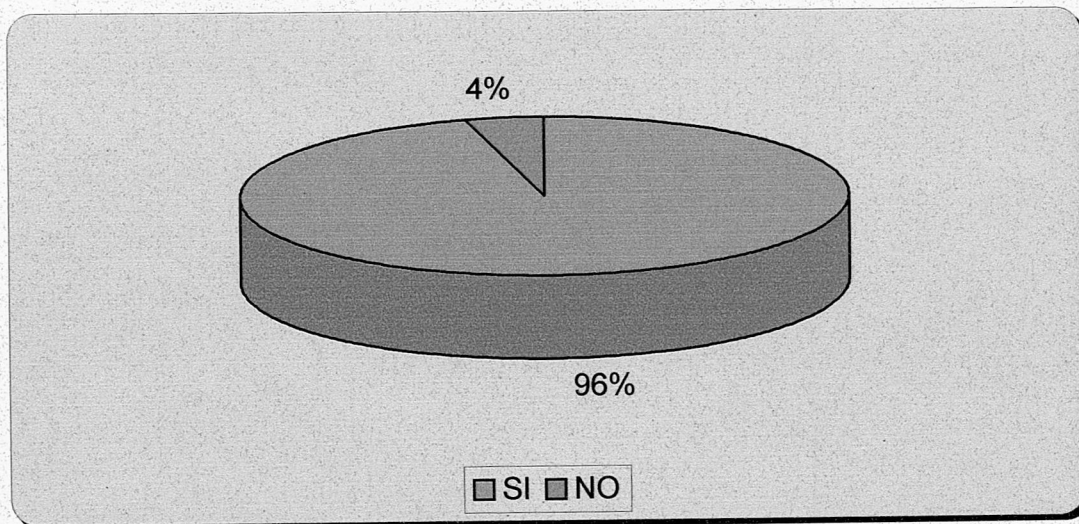
Consígale pareja a su mascota

3.6.3 Gráficos de la encuesta

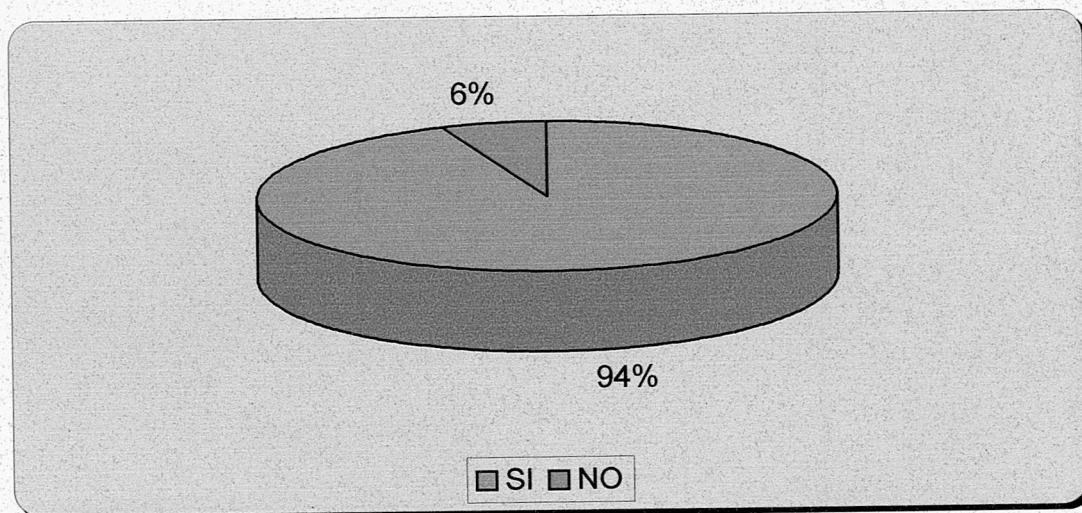




1. ¿Tiene usted como mascota un perro?

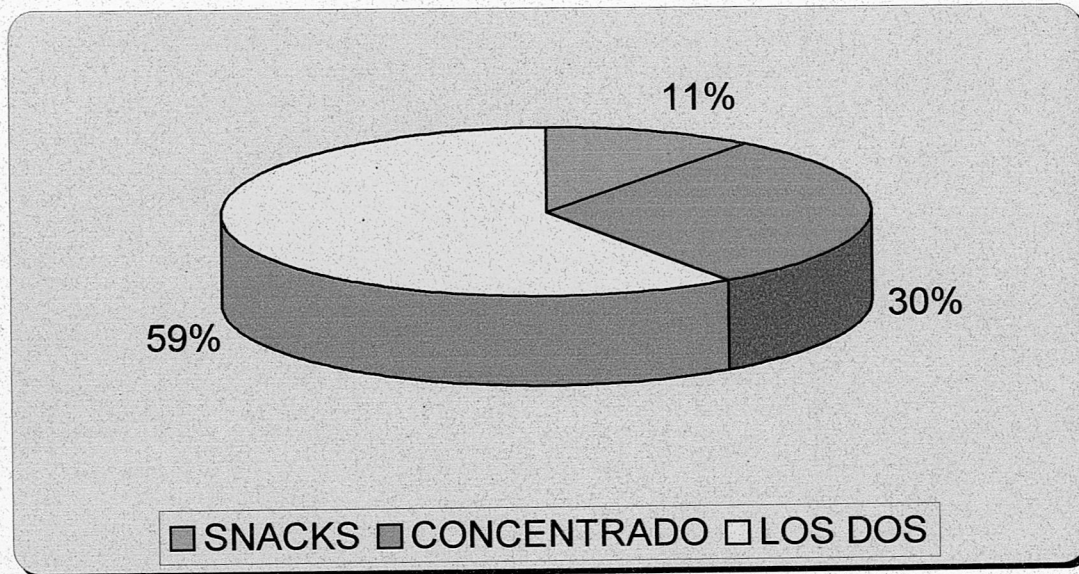


2. ¿Le gustaría un restaurante donde pudiera ir con su perro y el tenga un lugar especial para comer y jugar?

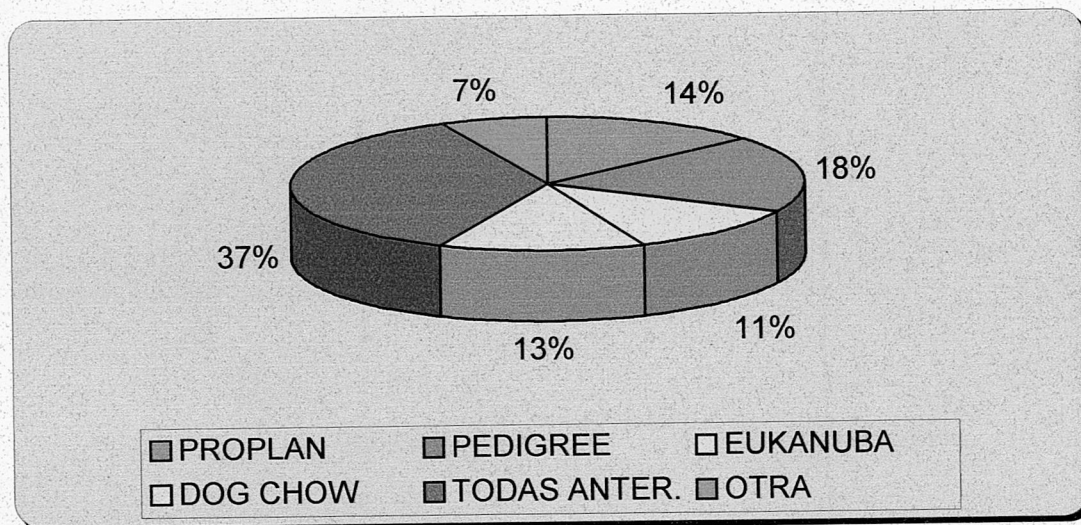




3. ¿Qué tipo de comida le gustaría encontrar para su perro en un lugar como este?

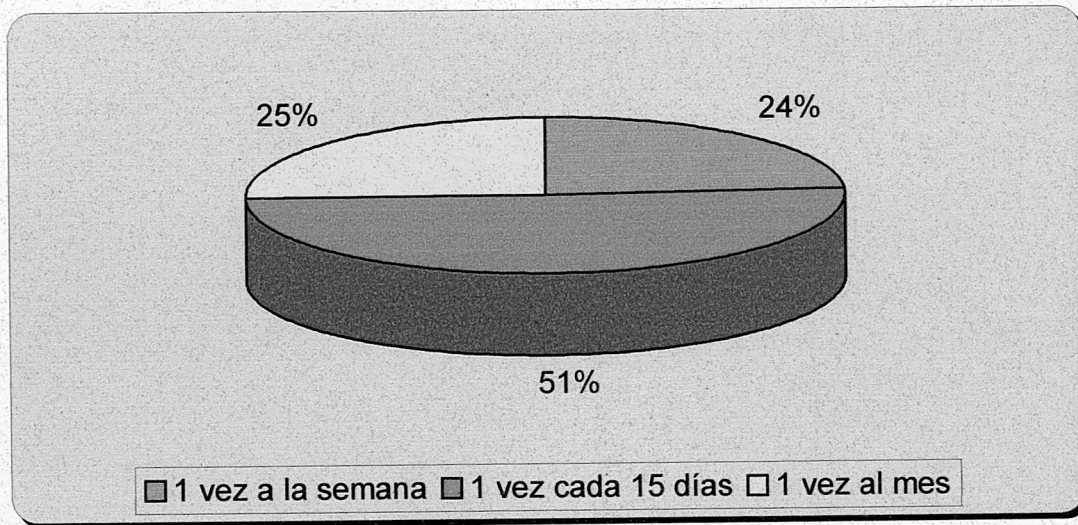


4. ¿Que marca de concentrado le gustaría encontrar?

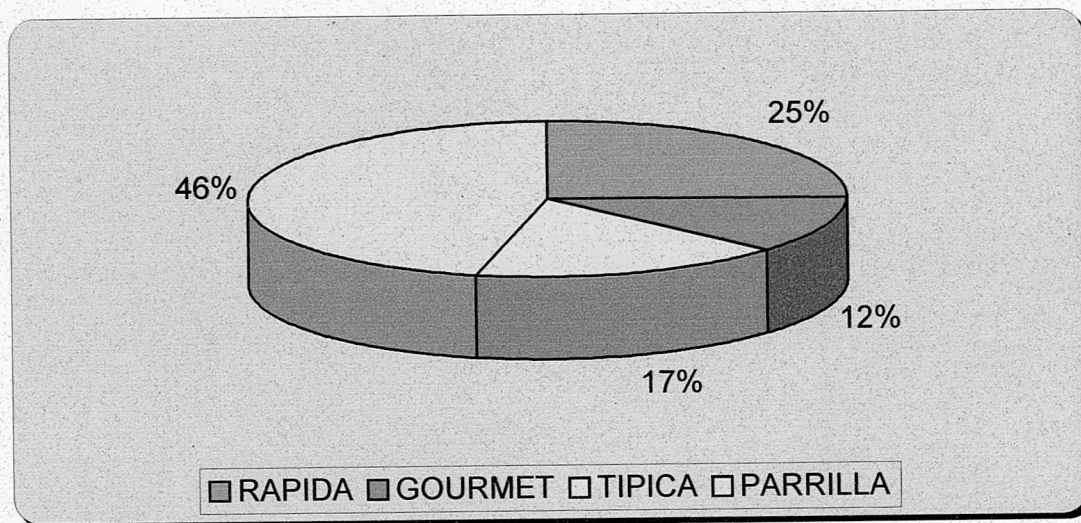




5. ¿Con qué frecuencia asistiría usted a este lugar?

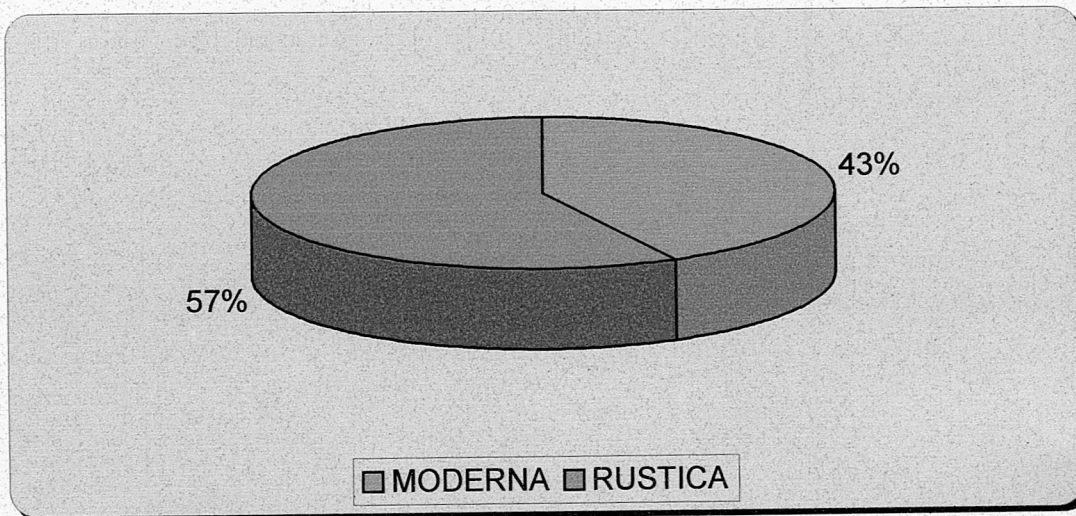


6. ¿Qué comida le gustaría encontrar para usted?

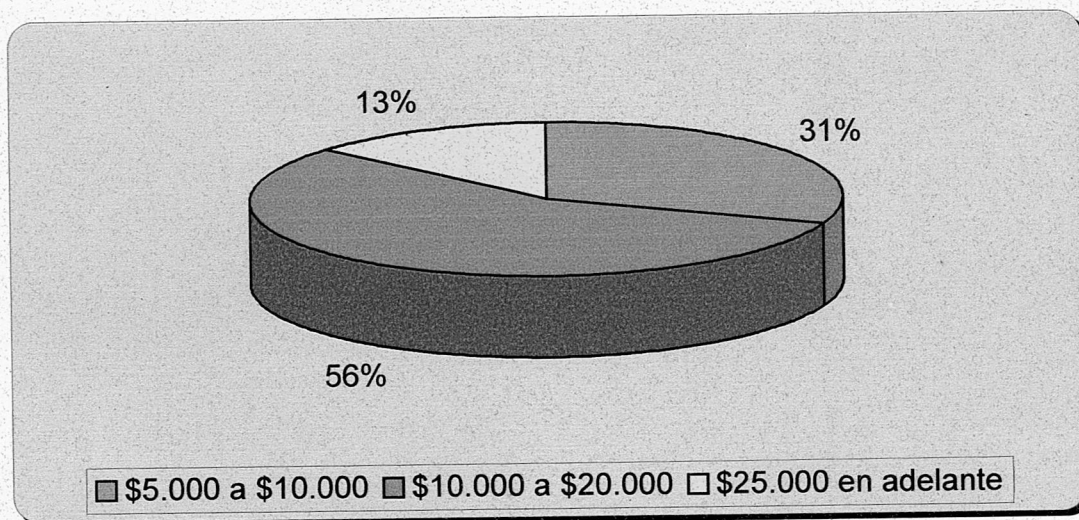




7. ¿Cómo le gustaría la decoración?

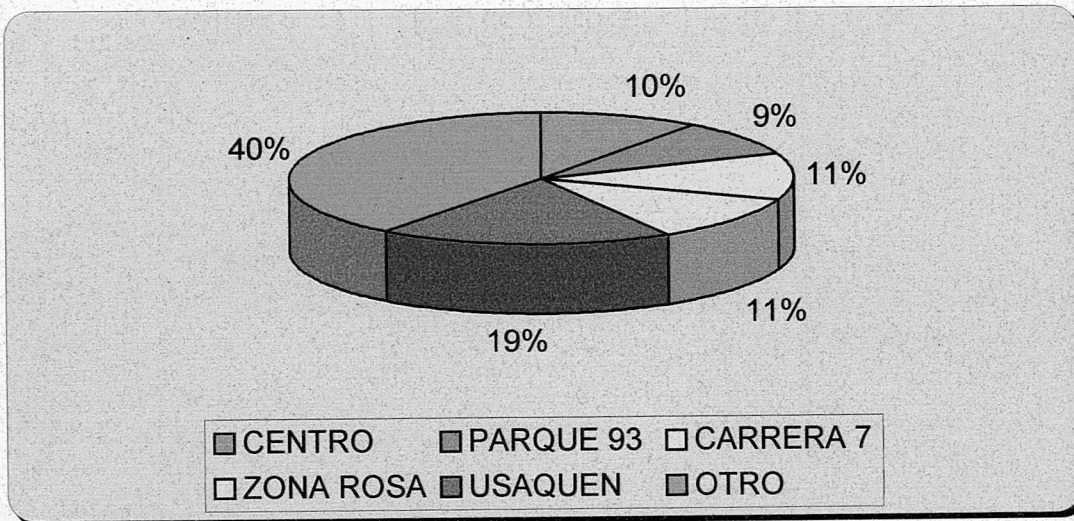


8. ¿Si le garantizamos una excelente comida y un rato ameno para compartir con su perro hasta cuanto estaría dispuesto a pagar por plato?

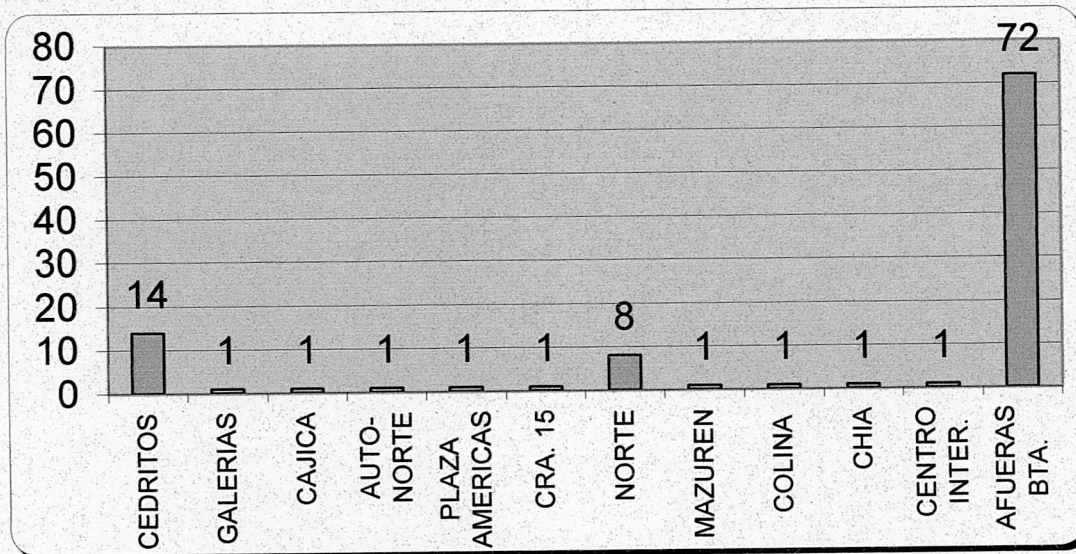




9. ¿En que zona de la ciudad le gustaría que estuviera ubicado este lugar?

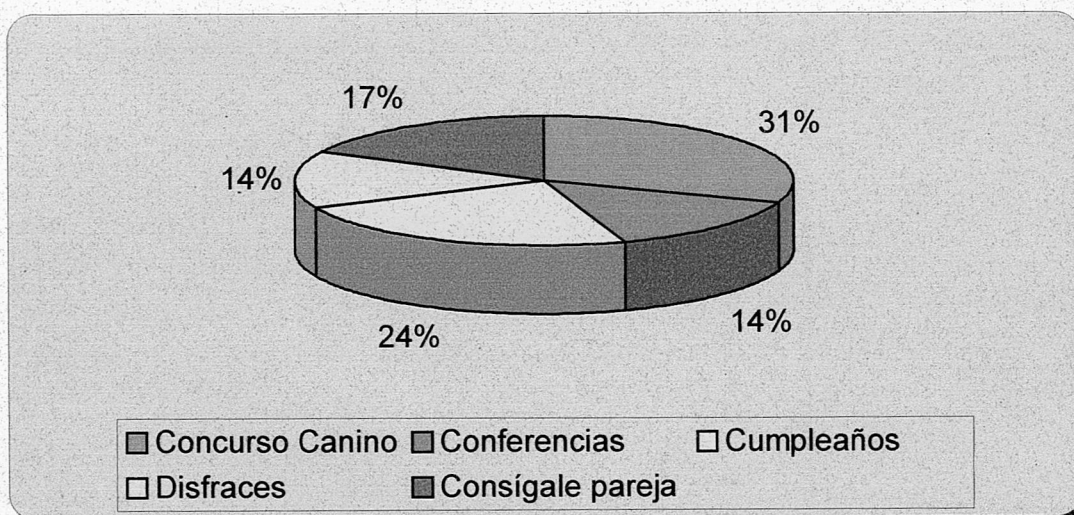


Especificaciones de otros





10. ¿Que actividades le gustaría que se llevarán a cabo?



3.6.4 Conclusiones Encuesta

La encuesta fue realizada en diferentes puntos de la ciudad indistintamente y fue contestada en su mayoría por personas de sexo femenino en un porcentaje del 52%. La edad de las personas a las que se aplicó la encuesta estaba en orden porcentual de 15 a 25 años con un 31%; de 25 a 35 años con un 39%; de 35 a 45 años con un 20% y 45 o más con un 10%.

De estas personas el 96% tenían como mascota un perro.

Al 94% le gustaría un restaurante donde pudiera ir con su perro a divertirse.

En el restaurante a un 59% de las personas encuestadas les gustaría que a sus mascotas se les ofreciera snacks y concentrado, mientras que a un 30% sólo les gustaría como opción el concentrado y al 11% los snacks. Dentro de las opciones de la alimentación para su mascota el 37% de las personas desearían encontrar gran variedad. Por otra parte algunos de los encuestados fueron más específicos en cuanto a la comida que querían encontrar; el 18% desearía Pedigree, el 14% Proplan, el 13% Dog Chow, el 11% Eukanuba y el 7% desearía otras opciones.



Cada 15 días visitarían el restaurante un porcentaje del 51% de las personas encuestadas, mientras que el 25% lo visitarían 1 vez al mes o el 24% una vez a la semana.

El 46% de los encuestados desearía que la comida que se ofrezca en el restaurante sea parrilla, mientras que el 25% le gustaría la comida rápida, el 17% típica y por último al 12% le gustaría comida tipo gourmet.

Por otro lado les gustaría que la decoración fuera rústica (57%) y moderna al 43%.

El 56% de estas personas estaría dispuesto a pagar entre \$10.000 a \$20.000, el 31% de \$5.000 a \$10.000 y el 13% de \$25.000 en adelante.

En cuanto al sitio de ubicación a un 31% de los encuestados les gustaría que estuviese a las afueras de Bogotá, al 19% en Usaquén, al 11% en la carrera 7, al 11% en la zona rosa, al 10% en el centro, al 9% en el parque 93 y al 16% en otro lugar. (ver gráfica específica para las otras opciones)

Finalmente a los encuestados les agrado la idea de realizar diferentes eventos en dicho establecimiento, así pues que el 31% eligió se realizaran concursos caninos, el 24% la celebración del cumpleaños de su perro, el 17% el de consígale pareja a su mascota, el 14% conferencias sobre las diferentes razas de perros y el 14% las fiestas de disfraces.

Tomando como base los resultados de la encuesta, podemos concluir que: el restaurante debe estar ubicado a las afueras de Bogota, tener decoración rustica, ofrecer parrilla para las personas y concentrados y snacks para los perros, además de esto realizar eventos variados para que los clientes puedan compartir con sus mascotas.

Todas estas características son tenidas en cuenta para el desarrollo del proyecto.



4. ESTUDIO TECNICO

4.1 FILOSOFIA EMPRESARIAL

Trabajar juntos como equipo, brindando excelentes servicios, diseñados para el gusto y satisfacción de nuestros clientes. Como empresa estamos seguros que el factor humano es nuestra herramienta clave para lograr el éxito en un mercado competitivo.

4.2 MISION

"**STEAK & BONE**" es una empresa tendiente a prestar servicios de esparcimiento buscando la excelencia; para la satisfacción total de los clientes por medio de productos de la mejor calidad.

4.3 VISION

"**STEAK & BONE**" busca ser la empresa numero uno en la prestación de servicios de esparcimiento y diversión para nuestros clientes, manteniendo la mejor calidad en nuestros platos, atención y recurso humano.

4.4 PRINCIPIOS

- ❖ Cada una de las personas relacionadas con "steak & Bone" deben estar dispuestas a mantener su integridad personal intacta y así dar un buen ejemplo a nuestros clientes.
- ❖ Tener compromiso institucional para así poder proyectar lo que somos.
- ❖ Nuestros empleados tendrán una conducta digna ante nuestros clientes en todo lugar y circunstancia.
- ❖ El recurso humano debe tener la facilidad de juzgar y conocer a las personas que estén bajo su responsabilidad para así lograr el cumplimiento de nuestras metas.



4.5 VALORES

- ❖ *RESPECTO* : Para el trato con los compañeros y con el cliente.
- ❖ *COLABORACIÓN*: Entre todos los empleados, que sientan que la empresa es de todos es decir crearle al personal cierto sentido de pertenencia y agrado hacia la empresa.
- ❖ *CALIDAD*: Mantener un servicio a la altura de nuestros clientes, para así hacerlos sentir a gusto.
- ❖ *CREATIVIDAD*: Desarrollar al máximo esta capacidad en todo el personal en cuanto a la creación de nuevos productos.
- ❖ *INNOVACIÓN*: Mejorar continuamente el producto.
- ❖ *PERFECCIÓN*: Impecables acabados, y gran dedicación a la hora de prestar el servicio.
- ❖ *ALTO GRADO DE EXIGENCIA*: Llevar al máximo las capacidades y el talento de nuestra gente.
- ❖ *REALIZACIÓN PERSONAL*: Trabajamos por el desarrollo personal y realización como personas de bien de cada uno de nosotros.

4.6 OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS

OBJETIVO	ESTRATEGIA
Desarrollar un equipo humano integral en un 100%, con un sentido de pertenencia, compromiso, visión, ideales, liderazgo y principios éticos.	Implementar estrategias de mejoramiento continuo, tales como capacitación y motivación en todos los niveles de la empresa.

4.7 POLÍTICAS CORPORATIVAS

- ❖ Trabajar bajo un clima de respeto entre todos los empleados y empleadores que componen la empresa.
- ❖ Ser una empresa descentralizada donde todos participen y colaboren aportando nuevas ideas para mejorar continuamente en todo sentido.



- ❖ Ser eficientes y trabajar "haciendo las cosas bien hechas y si no mejor no hacerlas".
- ❖ Tratar al cliente como si fueran amigos y servirlos como ellos se lo merecen.
- ❖ Comunicar a los empleados de cualquier decisión que se tome en la compañía.
- ❖ Mantener a todo el personal capacitado, entrenado y motivado con remuneraciones justas e incentivos.
- ❖ Cumplimiento del reglamento y puntualidad en el horario.

4.7.1 Políticas Generales

- ❖ Cumplimiento de presupuestos de ventas y gastos.
- ❖ Si se cumplen objetivos existen políticas de incentivos económicos para las ventas.
- ❖ Capacitación en todos los niveles.
- ❖ Políticas de selección de personal
- ❖ No debe existir incumplimiento, equivocaciones ni demoras en los pedidos.
- ❖ Efectuar controles en el proceso de producción.
- ❖ Trabajar bajo un clima de respeto entre todos los empleados y empleadores que componen la empresa.
- ❖ Ser una empresa descentralizada donde todos participen y colaboren aportando nuevas ideas para mejorar continuamente en todo sentido.
- ❖ Mantener a todo el personal capacitado, entrenado y motivado con remuneraciones justas e incentivos.
- ❖ Cumplimiento del reglamento.
- ❖ Proporcionar un servicio profesional y personalizado al cliente.

4.8 DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO

El departamento Administrativo tiene cuatro funciones básicas a seguir: Planeación, dirección, organización, control y Evaluación.

- ❖ *Planeación:* En este campo se definen las estrategias, se analizan los recursos, el tiempo de inversión y trabajo, se elaboran planes periódicamente y se establecen los objetivos de cada área. Al principio de



cada año se reúnen por departamentos y hacen análisis pertinentes al desempeño del año anterior y a las perspectivas para el que empieza.

- ❖ *Organización:* Define las tareas y funciones de cada cargo, con la debida capacitación y entrenamiento necesarios. Se define un clima de comunicación e información hacia todos los empleados. Esta labor se lleva a cabo directamente por la administración.
- ❖ *Dirección:* Se encarga de motivar a todos los empleados por medio de políticas y remuneraciones justas y que los empleados vean un fruto de su trabajo ya que para la empresa el recurso humano es el capital más importante que tiene, donde son tratados no sólo como un recurso sino como un talento.
- ❖ *Evaluación y Control:* Supervisa que todos los procesos se estén desarrollando correctamente, ya sea por la medida de los resultados que deben coincidir con los objetivos de la empresa, o por medio de indicadores cuantitativos que lo demuestren.
- ❖ Mide la rentabilidad y utilidades.
- ❖ Establece si en el periodo hubo pérdidas o ganancias.
- ❖ Halla el estado de liquidez de la Compañía, si el comportamiento de costos es o no aceptable.
- ❖ Se relaciona con entidades financieras para entablar lo referente a créditos para financiar proyectos que sirvan para el crecimiento de la empresa como mejoramiento de tecnología o aumento de la capacidad instalada.
- ❖ Ejecuta la gestión financiera en cuanto planes de inversión, movimientos de cartera.
- ❖ Maneja presupuestos para los gastos.
- ❖ Controla flujos de fondo, propuestas de ingresos etc.
- ❖ Establece sistemas de costos operativos y administrativos.
- ❖ Estudia las formas de pago y créditos frente a los proveedores.

4.8.1 Políticas

- ❖ Comunicación entre el personal utilizando medios escritos, como son memorandos, carteleras, periódico, etc., respaldando de esta manera cualquier información enviada y recibida.
- ❖ Capacitación continua del personal en temas relacionados con su desarrollo profesional y como personas de bien.



- ❖ Reunión de junta de socios bimensual, con el fin de tratar temas relacionados con el futuro de la empresa.
- ❖ Asistencia a los demás departamentos en caso de que necesiten ayuda.
- ❖ Satisfacción del cliente interno.
- ❖ Control mensual de los registros contables.
- ❖ Honestidad y lealtad en los manejos de dineros.
- ❖ Búsqueda del crecimiento del patrimonio de los socios en el sector financiero.
- ❖ Registro en los libros diario y mayor.
- ❖ Asistencia a los demás departamentos en caso de que necesiten ayuda.

4.9 DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACION

- ❖ Se encarga de establecer los precios a los productos.
- ❖ Revisa que sus terminados y acabados sean de excelente calidad.
- ❖ Crea las estrategias de promoción y publicidad que se le va a dar a los productos para aumentar las ventas.
- ❖ Mantiene una imagen líder en el mercado y se encarga de hacer los estudios e investigaciones necesarias de mercadeo, para mantener a la organización con un alto grado de participación en el mercado.
- ❖ Ofrece una atención al cliente eficiente.
- ❖ Analiza constantemente los movimientos de la competencia con el fin de aumentar la ventaja competitiva de nuestra empresa.

4.9.1 Políticas

- ❖ Disponibilidad permanente al cliente.
- ❖ Búsqueda permanente de nuevos mercados, con el fin de abarcar más consumidores.
- ❖ Satisfacción total del cliente externo.
- ❖ Trabajo en equipo sin la pérdida de la individualidad.



4.10 DEPARTAMENTO DE PRODUCCION

- ❖ Elaborar la carta del restaurante garantizando calidad y variedad en los productos ofrecidos.
- ❖ Velar por el buen funcionamiento del área de producción (cocina)
- ❖ Mantener el standar de cada una de las recetas ya establecidas, el buen manejo de la materia prima y así mismo el debido control del costo general del departamento.

4.10.1 Políticas

- ❖ Mantener un aseo impecable tanto personal como de cada uno de los implementos que se utilicen.
- ❖ Honestidad y lealtad.
- ❖ Trabajo en equipo sin perdida de la individualidad.

4.11 DEPARTAMENTO OPERATIVO

- ❖ Controlar el servicio del personal que se relaciona directamente con el cliente.
- ❖ Asegurarse del buen cuidado y seguridad de las mascotas que ingresan a nuestro establecimiento.
- ❖ Evitar el ingreso de las mascotas al restaurante donde se encuentran las personas.

4.11.1 Políticas

- ❖ Trabajo en equipo sin pérdida de la individualidad.
- ❖ Satisfacción total del cliente externo
- ❖ Disponibilidad permanente al cliente.
- ❖ Honestidad y lealtad en el manejo del dinero.



4.12 ORGANIGRAMA

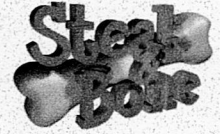


4.13 FUNCIONES

4.13.1 Funciones del Area Administrativa.

CARGO: Administrador

PERFIL: Administrador de empresas, que sea eficaz, efectivo y hábil en el manejo de personal.



FUNCIONES:

- Representar legalmente a la sociedad en todos los efectos a que halla lugar.
- Presentar a la junta en sus reuniones ordinarias:
 - Inventario.
 - Balance, junto con un informe escrito de la situación de la sociedad
 - Estado de perdidas y ganancias.
- Convocar a la junta directiva a juntas extraordinarias, cuando lo juzgue necesario.
- Vigilar los bienes de la sociedad.
- Ordenar y delegar funciones a todos los empleados.
- Estar pendiente de los procesos que se realicen en cada área.
- Verificar que estos procesos se realicen bien.
- Crear y mantener la imagen del restaurante.
- Crear las diferentes estrategias para lograr un mercadeo eficaz.
- Velar por el servicio al cliente.
- Organizar los diferentes eventos para perros.
- Atender de forma inmediata cada queja que el cliente tenga.
- Elaboración de recetas y standarización de menús.
- Velar por el buen uso de equipos y elementos de trabajo.

CARGO: Contador

PERFIL: Contador publico con experiencia en restaurantes.

FUNCIONES:

- Revisar y justificar comprobantes de egresos e ingresos.
- Revisar cuentas por pagar.
- Liquidar nomina.
- Verificar y revisar el manejo de los dineros en la empresa.
- Llevar los libros de la empresa al día.
- Liquidar inventarios.
- Controlar cualquier movimiento financiero de la empresa y justificarlo.
- Sustentar la entrada y salida de dinero en el banco y caja.



4.13.2 Funciones Area Operativa.

CARGO: Entrenador

PERFIL: Veterinario con experiencia en entrenamiento de perros.

FUNCIONES:

- ❖ Velar por el cuidado y el entrenamiento correcto de cada perro.
- ❖ Evitar que los perros tengan peleas entre ellos.
- ❖ Hacer que nuestros perros pasen un divertido momento en compañía de sus dueños.
- ❖ Organizar las diferentes actividades caninas.

CARGO: Asistente de entrenador

PERFIL: Estudiante de Veterinaria con habilidades en el manejo de perros.

FUNCIONES:

- ❖ Colaborar con su jefe inmediato con el cuidado de cada uno de los perros.
- ❖ Coordinar con el administrador todo lo referente con el manejo de las mascotas, como comida, juegos, snaks.
- ❖ Servir el concentrado para cada perro en cada plato, por turnos de llegada.
- ❖ Recibir cada perro en la entrada del restaurante y llevarlo a su sitio especial.

CARGO: Cajero

PERFIL: Bachiller, preferiblemente estudiante universitario.

Lleva el registro de todos los ingresos recibidos durante el turno según la forma de pago, y la debida facturación de los consumos estableciendo saldos de venta e ingresos y la obtención de un informe general al finalizar el turno



FUNCIONES

- ❖ Cumplir con el horario y turnos asignados por su jefe inmediato.
- ❖ Responsable del dinero existente en caja.
- ❖ Realizar el informe general de caja al final del día.

CARGO: Hostess

PERFIL: Bachiller, preferiblemente estudiante universitaria.

FUNCIONES:

- ❖ La Hostess saluda, da la bienvenida, ofrece zona de fumadores o no fumadores.
- ❖ Conduce a los clientes a la mesa, retira las sillas a las señoras, recibe carteras o paquetes ubicándolos en una silla contigua, _____
- ❖ Inmediatamente la Hostess se retira del área el mesero retira los puestos sobrantes.

CARGO: Mesero

PERFIL: Bachilleres, preferiblemente estudiantes universitarios; personas amables y con facilidad para las relaciones interpersonales.

Atender a los clientes que visiten el establecimiento, con amabilidad y cordialidad buscando vender los productos que generan mejores utilidades dentro de las políticas de servicio al cliente y mediante una orientación con calidad.



FUNCIONES

- ❖ Cumplir con los horarios establecidos.
- ❖ Atender a los clientes que visiten el establecimiento.
- ❖ Orientar al cliente hacia una compra con calidad, explorando los deseos de este para brindarle el producto que realmente requiere.
- ❖ Elaborar pedidos ordenes de producción de los productos.
- ❖ Una vez realizado el pedido, hacer el seguimiento del cliente y verificar la correcta atención a este.
- ❖ Atender en forma inmediata los inconvenientes que se puedan generar en el desarrollo de los pedidos.
- ❖ Verificar la correcta presentación de los productos y el estado de limpieza de las instalaciones.
- ❖ Recaudar los dineros correspondientes.
- ❖ Cumplir las normas establecidas con respecto al manejo de documentos.

CARGO: Aseador (Area del restaurante)

FUNCIONES

- ❖ Velar por el orden y limpieza de los baños.
- ❖ Mantener en perfecto estado el área del restaurante.

CARGO: Aseador (Area canina y parque infantil)

FUNCIONES

- ❖ Recoger los desperdicios de los perros.
- ❖ Lavar y desinfectar constantemente las perreras.
- ❖ Mantener en buen estado el parque infantil, jardines y parqueaderos del establecimiento.



4.13.3 Funciones Area de Producción.

CARGO: Barman

PERFIL: Bachiller.

Esta persona es la encargada de todo lo relacionado con las bebidas.

FUNCIONES

- ❖ Informar a tiempo al administrador los faltantes de inventario relacionados con la barra y demás suministros que requiera para desempeñar correctamente su función.
- ❖ Mantener en perfecto orden y aseo la barra.
- ❖ Alistar las diferentes bebidas.

CARGO: Parrillero

PERFIL: Universitario con experiencia en restaurantes parrilla, conocimiento en cortes y preparación de las diferentes carnes.

FUNCIONES

- ❖ Hacer los diferentes cortes a las carnes.
- ❖ Cocción de las diferentes carnes al punto que el cliente la pida.
- ❖ Mantener el aseo de la parrilla.
- ❖ Montar la carne en el plato para luego ser llevada por el mesero a la mesa.
- ❖ Elaboración de requisiciones, teniendo en cuenta la ocupación y el número de clientes.
- ❖ Asignar funciones a cada uno de los miembros que componen su equipo de trabajo.



CARGO: Cocinero

PERFIL: Bachiller con conocimientos en el área de cocina.

Manejar estándares en la preparación y presentación de los diferentes productos ofrecidos en las cartas.

Responder por el buen funcionamiento de cada una de las partes que componen la cocina a su cargo.

FUNCIONES

- ❖ Velar por el orden y limpieza de la cocina.
- ❖ Se encarga de hacer uso adecuado de la materia prima para lograr un buen costo en el departamento.
- ❖ Montar los diferentes platos con su respectiva decoración.
- ❖ Observar que todos el personal de cocina esté haciendo buen uso de los utensilios y de la materia prima.
- ❖ Recibe el mercado y verifica que todo el pedido este correctamente.

CARGO: Asistente de Cocinero

PERFIL: Bachiller con conocimientos básicos en el área de cocina

FUNCIONES:

- ❖ Elaborar las garnituras de los diferentes platos.
- ❖ Elaborar las diferentes decoraciones de los platos, para que el cocinero, pueda montarlos.
- ❖ Arregla el mercado.



CARGO: Steward

Mantener en perfecto orden y aseo las distintas zonas de Cocina y steward, además de apoyar la labor del auxiliar de cocina si fuera el caso.

FUNCIONES

- ❖ Lavado correcto de los utensilios usados para el servicio (vajilla, cristalería, Ollas etc.)
- ❖ Responde por el aseo de los pisos de la cocina.
- ❖ Responde por el reciclaje de las basuras (desperdicios orgánicos, vidrios y papel)
- ❖ Responde por el aseo de neveras.
- ❖ Controla el debido manejo de detergentes y desinfectantes de la cocina.

4.14 PROCESO PRODUCTIVO Y DE SERVICIO AL CLIENTE

4.14.1 Proceso productivo de la materia prima:

- ❖ Se recibe la materia prima.
- ❖ Se limpia y se porciona si es necesario.
- ❖ Se conserva según su necesidad.
- ❖ Se hace requisición del aproximado de lo que se va a consumir.
- ❖ Empieza el proceso de cocción y preparación de las garnituras.
- ❖ Una vez el cliente ha hecho su pedido la carne es llevada al parrillero.
- ❖ Se monta el plato con las garnituras y es llevado por el mesero a la parrilla para montar la carne la cual ya ha sido preparada al punto que el cliente la desea.



4.14.2 Proceso de servicio al cliente:

- ❖ Recibir al cliente.
- ❖ Ubicarlo en la mesa.
- ❖ Recoger los puestos que sobran.
- ❖ Ofrecer la carta
- ❖ Tomar el pedido de bebidas.
- ❖ Tomar pedido de fuerte.
- ❖ Servir bebidas.
- ❖ Servir fuerte.
- ❖ Atento con bebidas.
- ❖ Recoger fuerte
- ❖ Recoger mesa.
- ❖ Limpiar mesa.
- ❖ Ofrecer postre.
- ❖ Servir postre.
- ❖ Recoger postre.
- ❖ Cuenta

4.14.3 Proceso área canina:

- ❖ Recibir la mascota a la entrada del restaurante.
- ❖ Recoger información sobre la evaluación del perro.
- ❖ Ubicarlo en el área de los perros según corresponda.
- ❖ Ofrecer comida.
- ❖ Servir comida.
- ❖ Servir agua.
- ❖ Recoger plato.
- ❖ Hacer actividades con las mascotas.
- ❖ Entregar mascota.



4.15 RECURSOS FISICOS

COCINA

ACCESORIOS	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL
Cubiertos cocina	30	\$ 5.000	\$ 150.000
Platos grandes	300	\$ 1.805	\$ 541.500
Platos medianos	300	\$ 875	\$ 262.500
Saleros	35	\$ 1.500	\$ 52.500
Pimenteros	35	\$ 1.500	\$ 52.500
Salseras	120	\$ 4.000	\$ 480.000
Tarros	15	\$ 1.300	\$ 19.500
Ollas	3	\$ 30.000	\$ 90.000
Cubiertos comedor	440	\$ 3.000	\$ 1.320.000
Tablas madera	440	\$ 2.500	\$ 1.100.000
Bandejas para servir	10	\$ 6.000	\$ 60.000
Licuadaora	2	\$ 60.000	\$ 120.000
Abrelatas	2	\$ 3.000	\$ 6.000
Juego cuchillos cocina	2	\$ 30.000	\$ 60.000
Destapador	3	\$ 2.000	\$ 6.000
Pesa	1	\$ 23.000	\$ 23.000
Sacacorchos	3	\$ 3.000	\$ 9.000
		TOTAL	\$4.352.500



BARRA

ACCESORIOS	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL
Vasos altos	300	\$ 600	\$ 180.000
Vasos bajos	300	\$ 830	\$ 249.000
Ceniceros	40	\$ 720	\$ 28.800
Jarras	35	\$ 4.000	\$ 140.000
		TOTAL	\$ 597.800

CAJA/ADMON

ACCESORIOS	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL
Datáfono	2	\$ -	\$ -
Computador	1	\$ 1.250.000	\$ 2.500.000
CD's	100	\$ 15.000	\$ 1.500.000
Registradora	1	\$ 180.000	\$ 180.000
Equipo de sonido	1	\$ 400.000	\$ 400.000
Televisor 21"	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Teléfonos	2	\$ 25.000	\$ 50.000
		TOTAL	\$ 5.130.000



AREA CANINA

ACCESORIOS	CANTIDAD	VR.UNITARIO	VR. TOTAL
Comedero aluminio grande	10	\$ 25.948	\$ 259.480
Comedero aluminio mediano	10	\$ 14.050	\$ 140.500
Comedero aluminio pequeño	10	\$ 12.527	\$ 125.270
Malla perro ¼ x 36x1.50	3 rollo	\$ 54.621	\$ 163.863
Gravilla	5 Bultos (20 kilos C/U)	\$ 5.000	\$ 25.000
Arena	5 Bultos (20 kilos C/U)	\$ 5.000	\$ 25.000
Tubos metálicos	70	\$ 8.000	\$ 560.000
Pista de Agility	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
		TOTAL	\$ 3.299.113

TOTAL GENERAL

DEPENDENCIA

VR. TOTAL

COCINA	\$4.352.500
BARRA	\$ 597.800
CAJA / ADMÓN.	\$ 5.260.000
BAÑO	\$ 28.000
ARRIENDO	\$ 2.000.000
AREA CANINA	\$ 3.299.113
TOTAL	\$ 15.537.413



4.16 RECETAS ESTANDAR

CANTIDAD PRODUCIDA: 1 Porción			PORCION STANDARD: Arroz	
			FECHA:	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
LB	100 GR.	Arroz	\$ 750,00	\$ 150,00
LB	20 GR.	Cebolla Larga	\$ 600,00	\$ 24,00
BT	10 cc	Aceite	\$ 5.900,00	\$ 59,00
			TOTAL	\$ 233,00
			10% DE CONDIMENTOS	\$ 23,30
			COSTO TOTAL	\$ 256,30
COSTO TOTAL: \$ 256.30				
COSTO PORCION: \$ 256.30				
PRECIO REAL VENTA: \$ 500				
% DE COSTO: 51.26%				
UTILIDAD BRUTA: 48.74%				

CANTIDAD PRODUCIDA: 1 Porción			PORCION STANDARD: Salsa de champiñones	
			FECHA:	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
LB	5 GR	Champiñones	\$ 2.500,00	\$ 25,00
LB	5 GR	Harina	\$ 900,00	\$ 9,00
LB	10 GR	Mantequilla	\$ 2.200,00	\$ 44,00
Bolsa	20 ml	Leche	\$ 900,00	\$ 20,00
BT	1/8 bt	Vino Tinto	\$ 6.000,00	\$ 759,00
BT	1/18 bt	Brandy	\$ 12.000,00	\$ 666,00
			TOTAL	\$ 1.523,00
			10% de condimentos	\$ 152,30
			COSTO TOTAL	\$ 1.675,30
COSTO TOTAL: \$ 1.675,30				
COSTO PORCION: \$ 1.675,30				
PRECIO REAL VENTA: \$ 2.200				
% DE COSTO: 74.95%				
UTILIDAD BRUTA: 25.05%				



CANTIDAD PRODUCIDA: 1 Porción			PORCION STANDARD: Medallones de lomo fino en salsa de champiñones	
			FECHA:	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
KG	400 GR	Lomo Fino (Baby)	\$ 15.000,00	\$ 6.000,00
LB	250 GR	Papa salada	\$ 400,00	\$ 200,00
PORCION	1 Porción	Salsa Champiñon	\$ 1.648,90	\$ 1.648,90
PORCION	1 Porción	Arroz	\$ 256,30	\$ 256,30
			TOTAL	\$ 8.105,20
			10% condimentos	\$ 810,52
			COSTO TOTAL	\$ 8.915,72
COSTO TOTAL: \$ 8.915,72				
COSTO PORCION: \$ 8.915,72				
PRECIO VENTA: \$ 16.000				
ALIMENTO PERRO: \$ 800				
PRECIO REAL DE VENTA: \$ 16.800				
% DE COSTO: 55.72%				
UTILIDAD BRUTA: 44.28%				

CANTIDAD PRODUCIDA: 1 Porción			PORCION STANDARD: T-Bone Steak	
			FECHA:	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
KG	400 GR	T-Bone	\$ 9.500,00	\$ 3.800,00
LB	150 GR	Papa francesa	\$ 3.900,00	\$ 1.170,00
			TOTAL	\$ 4.970,00
			10% condimentos	\$ 497,00
			COSTO TOTAL	\$ 5.467,00
COSTO TOTAL: \$ 5.467				
COSTO PORCION: \$ 5.467				
PRECIO VENTA: \$14.000				
ALIMENTO PERRO: \$ 800				
PRECIO REAL DE VENTA: \$ 14.800				
% DE COSTO: 39.05%				
UTILIDAD BRUTA: 60.95%				



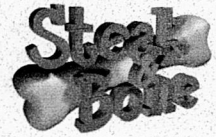
CANTIDAD PRODUCIDA: 1 Porción			PORCION STANDARD: Guacamole	
			FECHA:	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
UNIDAD	80 GR	Aguacate	\$ 1.600,00	\$ 512,00
PAQUETE	2.5 GR	Cilantro Fino	\$ 300,00	\$ 3,75
LB	1.25 GR	Limón	\$ 800,00	\$ 2,00
FRASCO	8.33 GR	Ají tabasco	\$ 1.800,00	\$ 149,94
			TOTAL	\$ 667,69
			10% condimentos	\$ 66,77
			COSTO TOTAL	\$ 734,46
COSTO TOTAL: \$ 734,46				
COSTO PORCION: \$ 734,46				
PRECIO REAL VENTA: \$ 1.500				
% DE COSTO: 48.96%				
UTILIDAD BRUTA: 51.04%				

CANTIDAD PRODUCIDA: 1 Porción			PORCION STANDARD: Baby Beef	
			FECHA:	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
KG	400 GR	Lomo fino	\$ 15.000,00	\$ 6.000,00
PORCION	1 Porción	Guacamole	\$ 734,46	\$ 734,46
KG	100 GR	Platano verde	\$ 900,00	\$ 360,00
			TOTAL	\$ 7.094,46
			10% condimentos	\$ 709,45
			COSTO TOTAL	\$ 7.803,91
COSTO TOTAL: \$ 7.803,91				
COSTO PORCION: \$ 7.803,91				
PRECIO VENTA: \$ 15.200				
ALIMENTO PERRO: \$ 800				
PRECIO REAL DE VENTA: 16.000				
% DE COSTO: 51.34%				
UTILIDAD BRUTA: 48.66%				



CANTIDAD PRODUCIDA: 1 Porción			PORCION STANDARD:	Salsa de Vino Blanco
			FECHA:	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
LB	10 GR	Mantequilla	\$ 2.200,00	\$ 44,00
LB	10 GR	Cebolla cabezona	\$ 600,00	\$ 12,00
LB	10 GR	Harina de trigo	\$ 900,00	\$ 18,00
CUBO	5 GR	Caldo de gallina	\$ 200,00	\$ 50,00
BT	20 ml	Vino Blanco	\$ 8.700,00	\$ 232,00
PAQUETE	2.5 GR	Perejil	\$ 500,00	\$ 2,50
			TOTAL	\$ 358,50
			10% condimentos	\$ 35,85
			COSTO TOTAL	\$ 394,35
COSTO TOTAL: \$ 394,35				
COSTO PORCION: \$ 394,35				
PRECIO REAL VENTA: \$ 500				
% DE COSTO: 79%				
UTILIDAD BRUTA: 21%				

CANTIDAD PRODUCIDA: 1 Porción			PORCION STANDARD: Punta de Anca	
			FECHA:	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
KG	400 GR	Punta de anca	\$ 9.000,00	\$3.600,00
PORCION	1 porción	Salsa de Vino Bco.	\$ 500,00	\$ 394,35
LB	150 GR	Papa Francesa	\$ 3.900,00	\$1.170,00
			TOTAL	\$5.164,35
			10% condimentos	\$ 516,44
			COSTO TOTAL	\$5.680,79
COSTO TOTAL: \$ 5.680,79				
COSTO PORCION: \$ 5.680,79				
PRECIO VENTA: \$ 13.700				
ALIMENTO PERRO: \$ 800				
PRECIO REAL DE VENTA: \$ 14.500				
% DE COSTO: 41.47%				
UTILIDAD BRUTA: 58.53%				



CANTIDAD PRODUCIDA: 1 Porción			PORCION STANDARD: Chimichurri	
			FECHA:	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
BT	20 ml	Vino Blanco	\$ 8.700,00	\$ 232,00
BT	30 cc	Vinagre	\$ 1.900,00	\$ 114,00
UNIDAD	1 diente	Ajo	\$ 300,00	\$ 50,00
PAQUETE	2.5 GR	Cilantro	\$ 300,00	\$ 3,75
PAQUETE	2.5 GR	Perejil	\$ 500,00	\$ 2,50
LB	10 GR	Cebolla Cabezona	\$ 600,00	\$ 12,00
BT	10 cc	Aceite	\$ 5.900,00	\$ 59,00
			TOTAL	\$ 473,25
			10% condimentos	\$ 47,33
			COSTO TOTAL	\$ 520,58
COSTO TOTAL: 520.58				
COSTO PORCION: 520.58				
PRECIO REAL VENTA: 800				
% DE COSTO: 65%				
UTILIDAD BRUTA: 35%				

CANTIDAD PRODUCIDA: 1 Porción			PORCION STANDARD: Churrasco	
			FECHA:	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
KG	400 GR	Chatas	\$ 8.800,00	\$ 3.520,00
LB	150 GR	Papa criolla	\$ 700,00	\$ 210,00
PORCION	1 Porción	Chimichurri	\$ 800,00	\$ 520,58
			TOTAL	\$ 4.250,58
			10% condimentos	\$ 425,06
			COSTO TOTAL	\$ 4.675,64
COSTO TOTAL: \$ 4.675,64				
COSTO PORCION: \$ 4.675,64				
PRECIO VENTA: \$ 13.700				
ALIMENTO PERRO: \$ 800				
PRECIO REAL DE VENTA: \$ 14.500				
% DE COSTO: 34.13%				
UTILIDAD BRUTA: 65.87%				



CANTIDAD PRODUCIDA: 1 Porción			PORCION STANDARD: Salsa B.B.Q	
			FECHA:	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
LB	1.25 GR	Limón	\$ 800,00	\$ 2,00
FRASCO	10 cc	Salsa Inglesa	\$ 2.300,00	\$ 153,33
FRASCO	20 GR	Salsa de tomate	\$ 4.600,00	\$ 230,00
LB	10 GR	mantequilla	\$ 2.200,00	\$ 44,00
BOTELLA	10 cc	Aceite	\$ 5.900,00	\$ 59,00
LB	10 GR	Cebolla cabezona	\$ 600,00	\$ 12,00
UNIDAD	1 diente	Ajo	\$ 300,00	\$ 50,00
FRASCO	15 GR	Salsa soya	\$ 3.200,00	\$ 259,45
LB	15 GR	Pimentón	\$ 1.000,00	\$ 30,00
BOTELLA	5 cc	Vinagre	\$ 1.900,00	\$ 19,00
UNIDAD	20 GR	Panela	\$ 800,00	\$ 32,00
LB	2 GR	Apio	\$ 800,00	\$ 3,20
FRASCO	3 GR	Mostaza	\$ 2.200,00	\$ 220,00
			TOTAL	\$ 1.113,98
			10 % condimentos	\$ 111,40
			COSTO TOTAL	\$ 1.225,38
COSTO TOTAL: \$ 1.225,38				
COSTO PORCION: \$ 1.225,38				
PRECIO REAL VENTA: \$ 1.800				
% DE COSTO: 68%				
UTILIDAD BRUTA: 32%				

CANTIDAD PRODUCIDA: 1 Porción			PORCION STANDARD: Costillitas de res a la B.B.Q.	
			FECHA:	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
KG	400 GR	Costilla de res	\$ 5.200,00	\$ 2.080,00
PORCION	1 Porción	Salsa B.B.Q.	\$ 1.800,00	\$ 1.225,38
LB	150 GR	Papa Francesa	\$ 3.900,00	\$ 1.170,00
			TOTAL	\$ 4.475,38
			10% condimentos	\$ 447,54
			COSTO TOTAL	\$ 4.922,92
COSTO TOTAL: \$ 4.992,92				
COSTO PORCION: \$ 4.992,92				
PRECIO VENTA: \$ 12.200				
ALIMENTO PERRO: \$ 800				
PRECIO REAL DE VENTA: \$ 13.000				
% DE COSTO: 40.93%				
UTILIDAD BRUTA: 59.07%				



CANTIDAD PRODUCIDA: 1 Porción			PORCION STANDARD: Brocheta de res con tocineta	
			FECHA:	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
KG	400 GR	Tournedos	\$ 25.000,00	\$ 10.000,00
LB	250 GR	Papa salada	\$ 400,00	\$ 200,00
			TOTAL	\$ 10.200,00
			10 % condimentos	\$ 1.020,00
			COSTO TOTAL	\$ 11.220,00
COSTO TOTAL: \$ 11.220				
COSTO PORCION: \$ 11.220				
PRECIO VENTA: \$ 15.200				
ALIMENTO PERRO: \$ 800				
PRECIO REAL DE VENTA: \$ 16.000				
% DE COSTO: 73.82%				
UTILIDAD BRUTA: 26.18%				

CANTIDAD PRODUCIDA: 1 Porción			PORCION STANDARD: Sobrebarriga a la parrilla	
			FECHA:	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
KG	400 GR	Sobrebarriga	\$ 6.200,00	\$ 2.480,00
LB	150 GR	Papa criolla	\$ 700,00	\$ 210,00
			TOTAL	\$ 2.690,00
			10% condimentos	\$ 269,00
			COSTO TOTAL	\$ 2.959,00
COSTO TOTAL: \$ 2.959				
COSTO PORCION: \$ 2.959				
PRECIO VENTA: \$ 13.700				
ALIMENTO PERRO: \$ 800				
PRECIO REAL DE VENTA: \$ 14.500				
% DE COSTO: 21.60%				
UTILIDAD BRUTA: 78.40%				



CANTIDAD PRODUCIDA: 1 Porción			PORCION STANDARD: Chuleta de cerdo	
			FECHA:	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
KG	400 GR	Chuleta de cerdo	\$ 8.500,00	\$ 3.400,00
PORCION	1 Porción	Guacamole	\$ 734,46	\$ 734,46
LB	250 GR	Papa salada	\$ 400,00	\$ 200,00
			TOTAL	\$ 4.334,46
			10% condimentos	\$ 433,45
			COSTO TOTAL	\$ 4.767,91
COSTO TOTAL: \$ 4.767,91				
COSTO PORCION: \$ 4.767,91				
PRECIO VENTA: \$ 14.200				
ALIMENTO PERRO: \$ 800				
PRECIO REAL DE VENTA: \$ 15.000				
% DE COSTO: 33.58%				
UTILIDAD BRUTA: 66.42%				

CANTIDAD PRODUCIDA: 1 Porción			PORCION STANDARD: Pollo "STEAK & BONE"	
			FECHA:	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
KG	400 GR	Pechuga de pollo	\$ 5.000,00	\$ 2.000,00
PORCION	1 Porción	Salsa de vino Bco.	\$ 500,00	\$ 394,35
LB	150 GR	Papa Francesa	\$ 3.900,00	\$ 1.170,00
PORCION	1 porción	Arroz	\$ 500,00	\$ 256,30
			TOTAL	\$ 3.820,65
			10% condimentos	\$ 382,07
			COSTO TOTAL	\$ 4.202,72
COSTO TOTAL: \$ 4.202,72				
COSTO PORCION: \$ 4.202,72				
PRECIO VENTA: \$15.200				
ALIMENTO PERRO: \$ 800				
PRECIO REAL DE VENTA: \$ 16.000				
% DE COSTO: 27.64%				
UTILIDAD BRUTA: 72.36%				



CANTIDAD PRODUCIDA: 1 Porción			PORCION STANDARD: Churrasco Junior	
			FECHA:	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
KG	200 GR	Chatas	\$ 8.800,00	\$ 1.760,00
LB	75 GR	Papa criolla	\$ 700,00	\$ 150,00
PORCION	1 Porción	Chimichurri	\$ 800,00	\$ 520,58
			TOTAL	\$ 2.430,58
			10% condimentos	\$ 243,05
			COSTO TOTAL	\$ 2.673,63
COSTO TOTAL: \$ 2.673,63				
COSTO PORCION: \$ 2.673,63				
PRECIO VENTA: \$ 9.000				
ALIMENTO PERRO: \$ 800				
PRECIO REAL VENTA: \$ 9.800				
% DE COSTO: 29.71%				
UTILIDAD BRUTA: 70.29%				

CANTIDAD PRODUCIDA: 1 Porción			PORCION STANDARD: Baby Beef Junior	
			FECHA:	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
KG	200 GR	Lomo fino	\$ 15.000,00	\$ 3.000,00
PORCION	1 Porción	Guacamole	\$ 734,46	\$ 734,46
KG	50 GR	Platano verde	\$ 900,00	\$ 45,00
			TOTAL	\$ 3.779,46
			10% condimentos	\$ 377,94
			COSTO TOTAL	\$ 4.157,40
COSTO TOTAL: \$ 4.157,40				
COSTO PORCION: \$ 4.157,40				
PRECIO VENTA: \$ 10.200				
ALIMENTO PERRO: \$ 800				
PRECIO REAL VENTA: \$ 11.000				
% DE COSTO: 40,76%				
UTILIDAD BRUTA: 59,24%				



CANTIDAD PRODUCIDA: 1 Porción			PORCION STANDARD: Pollo "STEAK & BONE" Junior	
			FECHA:	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
KG	200 GR	Pechuga de pollo	\$ 5.000,00	\$ 1.000,00
PORCION	1 Porción	Salsa de vino Bco.	\$ 500,00	\$ 394,35
LB	75 GR	Papa Francesa	\$ 3.900,00	\$ 58,50
PORCION	1 porción	Arroz	\$ 500,00	\$ 256,30
			TOTAL	\$ 1.709,15
			10% condimentos	\$ 170,91
			COSTO TOTAL	\$ 1.880,06
COSTO TOTAL: \$ 1.880,06				
COSTO PORCION: \$ 1.880,06				
PRECIO VENTA: \$ 11.200				
ALIMENTO PERRO: \$ 800				
PRECIO REAL VENTA: \$ 12.000				
% DE COSTO: 16,79%				
UTILIDAD BRUTA: 83,21%				

CANTIDAD PRODUCIDA: 1 Porción			PORCION STANDARD: Vinagreta	
			FECHA:	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
BOTELLA	10 cc	Aceite	\$ 5.900,00	\$ 59,00
BOTELLA	5 cc	Vinagre	\$ 1.900,00	\$ 19,00
FRASCO	3 GR	Mostaza	\$ 2.200,00	\$ 220,00
PAQUETE	2.5 GR	Perejil	\$ 500,00	\$ 2,50
			TOTAL	\$ 300,50
			10% condimentos	\$ 30,05
			COSTO TOTAL	\$ 330,55
COSTO TOTAL: \$ 330,55				
COSTO PORCION: \$ 330,55				
PRECIO REAL VENTA: \$ 600				
% DE COSTO: 55.09%				
UTILIDAD BRUTA: 44.91%				



CANTIDAD PRODUCIDA: 1 Porción			PORCION STANDARD: Ensalada	
			FECHA:	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
LB	30GR	Lechuga	\$ 800,00	\$ 48,00
LB	30GR	Tomate	\$ 700,00	\$ 42,00
LB	20GR	Champiñones	\$ 3.000,00	\$ 120,00
LB	15GR	Cebolla cabezona	\$ 600,00	\$ 18,00
PORCION	1 Porción	Vinagreta	\$ 600,00	\$ 330,55
			TOTAL	\$ 558,55
			10 % condimentos	\$ 55,86
			COSTO TOTAL	\$ 614,41
COSTO TOTAL: \$ 614,41				
COSTO PORCION: \$ 614,41				
PRECIO REAL VENTA: 3.000				
% DE COSTO: 20.48%				
UTILIDAD BRUTA: 79.52%				

CANTIDAD PRODUCIDA: 1 Porción			PORCION STANDARD: Cuajada de la casa	
			FECHA:	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
LB	250 GR	Cuajada	\$ 4.000,00	\$ 2.000,00
UNIDAD	60 GR	Panela	\$ 800,00	\$ 96,00
			TOTAL	\$ 2.096,00
			10% condimentos	\$ 209,60
			COSTO TOTAL	\$ 2.305,60
COSTO TOTAL: \$ 2.305,60				
COSTO PORCION: \$ 2.305,60				
PRECIO REAL VENTA: \$ 4.500				
% DE COSTO: 51.23%				
UTILIDAD BRUTA: 48.77%				



CANTIDAD PRODUCIDA: 1 Porción			PORCION STANDARD: Postre "STEAK & BONE"	
			FECHA:	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
LB	40 GR	Durazno	\$ 3.500,00	\$ 233,33
LB	50 GR	Helado	\$ 7.000,00	\$ 700,00
KG	200 GR	Banano	\$ 800,00	\$ 160,00
LB	2 GR	Cerezas	\$ 6.320,00	\$ 25,28
			TOTAL	\$ 1.118,61
			10% condimentos	\$ 111,86
			COSTO TOTAL	\$ 1.230,47
COSTO TOTAL: \$ 1.230,47				
COSTO PORCION: \$ 1.230,47				
PRECIO REAL VENTA: \$ 4.500				
% DE COSTO: 27.34%				
UTILIDAD BRUTA: 72.66%				

CANTIDAD PRODUCIDA: 1 Porción			PORCION STANDARD: Limonada Natural	
			FECHA:	
UNIDAD	CANTIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
LB	1.25 GR	Limón	\$ 800,00	\$ 2,00
LB	3 GR	Azúcar	\$ 800,00	\$ 4,80
			TOTAL	\$ 6,80
			10% condimentos	\$ 0,68
			COSTO TOTAL	\$ 7,48
COSTO TOTAL: \$ 7.48				
COSTO PORCION: \$ 7.48				
PRECIO REAL VENTA: \$ 1.500				
% DE COSTO: 0.49%				
UTILIDAD BRUTA: 99.51%				



4.17 CARTA

PLATOS FUERTES

Medallones de lomo fino en salsa de champiñones	\$ 16.800,00
T-Bone Steak	\$ 14.800,00
Baby Beef	\$ 16.000,00
Punta de Anca	\$ 14.500,00
Churrasco	\$ 145.000,00
Brocheta de res con tocineta	\$ 16.000,00
Costillitas de res a la B.B.Q	\$ 13.000,00
Sobrebarriga a la parrilla	\$ 14.500,00
Chuleta de cerdo	\$ 15.000,00
Pollo "Steak&Bone"	\$ 16.000,00

PLATOS JUNIOR

Churrasco Junior	\$ 9.800,00
Baby Beef Junior	\$ 11.000,00
Pollo "Bteak & Bone" Junior	\$ 12.000,00

ENSALADA

Ensalada de la casa	\$ 3.000,00
---------------------	-------------

POSTRES

Cuajada de la casa	\$ 4.500,00
Postre "Steak & Bone"	\$ 4.500,00

BEBIDAS

Limonada Natural	\$ 1.500,00
Gaseosa	\$ 1.000,00
Agua en Botella	\$ 1.000,00
Cerveza Barril	\$ 2.800,00
Cerveza Nacional	\$ 2.500,00



***** NOMBRE DEL PROYECTO Restaurante "STEAK & BONE"

***** GRUPO DE TRABAJO

- ***** 1.- Adriana Gomez Meñaca
- ***** 2.- Carolina Gonzalez Castilla
- ***** 3.- Angela Maria Zarate Aragon
- ***** 4.-

BASES INICIALES PARA EL DESARROLLO DEL PRESUPUESTO:

TASA DE IMPUESTO DE RENTA A CALCULAR :	35,00%	En decimales
Precio de venta unitario para el primer año	22.539	Inflación esperada
Precio de venta unitario para el segundo año	23.779	6,00%
El precio de venta se incrementó en un 5,50%		
Precio de venta unitario para el tercer año	25.205	5,50%
El precio de venta se incrementó en un 6,00%		
Precio de venta unitario para el cuarto año	26.844	5,00%
El precio de venta se incrementó en un 6,50%		

1.- PRESUPUESTO DE VENTAS:

ENERO\$	15.404.000	MAYO\$	19.811.500	SEPT.BRE\$	20.460.000
FEBRERO\$	17.170.000	JUNIO\$	19.896.000	OCT.BRE\$	18.529.500
MARZO\$	16.857.500	JULIO\$	15.221.500	NOV.BRE\$	18.001.000
ABRIL\$	13.235.500	AGOSTO\$	17.903.000	DIC.BRE\$	19.224.500

TOTAL PROYECCION DE VENTAS PARA EL PRIMER AÑO: \$ 211.714.000,00

ENERO DEL 2o. AÑO\$	17.401.050	Creció en un 12,96%	
TOTAL 2o. AÑO \$	241.384.000	Porcentaje de inflación esperado:	6,00%
La expectativa de crecimiento real para el segundo año es del		8,07%	
TOTAL 3er. AÑO \$	262.114.223	Porcentaje de inflación esperado:	5,50%
La expectativa de crecimiento real para el tercer año es del		2,44%	
TOTAL 4o. AÑO \$	293.344.348	Porcentaje de inflación esperado:	5,00%
La expectativa de crecimiento real para el cuarto año es del		5,08%	

2.- PRESUPUESTO DE COMPRAS DE MATERIAS PRIMAS (Costo Variable):

Stock mínimo de INVENTARIOS (Inventario básico mínimo)	1.097.643
% de compras para cumplir con las ventas del mes siguiente.....:	25%
Costo de materias primas utilizadas (% sobre precio de venta) ..:	36% En decimales

3.- PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA (Costo Fijo):

Sueldo mensual de personal con menos de 2 SLMMV	1.200.000	No. De empleados.:	2
Sueldo mensual de personal con más de 2 SLMMV	-	No. De empleados.:	
Valor promedio horas extras mensuales	-		
Subsidio de transporte mensual a reconocer a cada empleado ..:	34.000		
Valor anual DOTACION de cada empleado	16.000	No. De empleados.:	18
Tasa de RIESGOS PROFESIONALES (A.R.P.) - en decimales ..:	0,53%		
Otros GASTOS DE PERSONAL (Capacitacion, recreacion, etc):		valor anualizado	
Vr. Anual TEMPORALES, ASESORIAS Y OUTSOURCING	29.760.000	Incluir todos los conceptos de Salarios, Presta	

4.- PRESUPUESTO ANUAL DE COSTOS DIRECTOS DE FABRICACION (Costo variable):

Valor anual de los MATERIALES a utilizar en el proceso	-
Valor anual servicio de ENERGIA (Si lo hay)	360.000
Valor anual servicio de ACUEDUCTO (Si lo hay).....:	2.400.000
Valor anual de OTROS COSTOS VARIABLES	-

5.- PRESUPUESTO ANUAL DE GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACION (Costo Fijo):

Valor anual SUMINISTROS y MATERIALES INDIRECTOS	4.140.000
Valor anual MANTENIMIENTO de maquinaria y equipos	200.000
Valor anual DEPRECIACION de maquinaria, equipos, plantas ...:	864.960
Valor anual ARRENDAMIENTO de planta	18.000.000
Valor anual SEGUROS de maquinaria, equipos, plantas, etc	93.972
Valor anual CELADURIA, ASEO y M.DE OBRA INDIRECTA	9.966.500
Valor anual servicio de ENERGIA (Si lo hay)	-
Valor anual servicio de ACUEDUCTO (Si lo hay).....:	-



6.- PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS (Gastos Fijos):

Sueldo mensual de personal con menos de 2 SLMMV		No. De empleados.:	
Sueldo mensual de personal con más de 2 SLMMV	1.000.000	No. De empleados.:	1
Valor promedio horas extras mensuales	-		
Subsidio de transporte mensual a reconocer a cada empleado ..			
Valor anual DOTACION de cada empleado	-	No. De empleados.:	
Tasa de RIESGOS PROFESIONALES (A.R.P.) - en decimales ..	0,53%		
Vr. Anual TEMPORALES, ASESORIAS Y OUTSOURCING	3.600.000	Incluir todos los conceptos de Salarios, Presta	

7.- PRESUPUESTO ANUAL DE VENTAS (Gastos Fijos):

Sueldo mensual de personal con menos de 2 SLMMV	-	No. De empleados.:	-
Sueldo mensual de personal con más de 2 SLMMV	-	No. De empleados.:	-
Valor promedio de comisiones mensuales	-		
Subsidio de transporte mensual a reconocer a cada empleado ..			
Valor anual DOTACION de cada empleado		No. De empleados.:	-
Tasa de RIESGOS PROFESIONALES (A.R.P.) - en decimales ..			
Otros GASTOS DE VENTAS (Capacitacion, recreacion, etc)		valor anualizado	
Rodamiento vehiculos de vendedores.....	0	valor anualizado	
Convención anual de vendedores.....	0	valor anualizado	
Presupuesto anual de Publicidad	7.000.000	valor anualizado	

8.- PRESUPUESTO ANUAL DE SERVICIOS DE ADMINISTRACION (Gasto Fijo):

Valor anual suministros administrativos (Papeleria, utiles, etc) ..	1.932.000
Valor anual servicio de ENERGIA	600.000
Valor anual servicio de ACUEDUCTO	120.000
Valor anual servicio de COMUNICACIONES	840.000
Valor anual MANTENIMIENTO de muebles y equipos de ofic	170.000
Valor anual DEPRECIACION de muebles, equipos, Bs.raices	851.000
Valor anual ARRENDAMIENTO de bienes raices	6.000.000
Valor anual SEGUROS de muebles, equipos y Bs. Raices	60.566
Valor anual CELADURIA, ASEO y CAFETERIA	-
Valor anual AMORTIZACION DE GASTOS PREOPERATIVOS ..	4.668.013
Valor anual de OTROS GASTOS DE ADMINISTRACION	-

9.- PRESUPUESTO ANUAL DE GASTOS FINANCIEROS (Gasto Fijo):

Valor anual Intereses por prestamos PRIMER AÑO	2.369.638
Valor anual OTROS GASTOS FINANCIEROS	60.000
Valor anual CANONES DE ARRENDAMIENTO FINANCIERO	

10.- OTROS DATOS ADICIONALES IMPORTANTES:

Valor anual Intereses por prestamos SEGUNDO AÑO	1.560.211
Valor anual Intereses por prestamos TERCER AÑO	592.445
Valor anual Intereses por prestamos CUARTO AÑO	0
Valor presupuestado para PRESTAMO	15.000.000
TASA DE INTERES ANUAL a pagar por el préstamo (Decimales).....	18,00%
CAPITAL SOCIAL	15.000.000
Rentabilidad anual esperada sobre la Inversión Inicial	10,00%
Valor anual ARRENDAMIENTO FINANCIERO SEGUNDO AÑO	
Valor anual ARRENDAMIENTO FINANCIERO TERCER AÑO	
Valor anual ARRENDAMIENTO FINANCIERO CUARTO AÑO	
Valor anual AMORTIZACION GASTOS PREOPERATIVOS 2o.AÑO :	1.556.004
Valor anual AMORTIZACION GASTOS PREOPERATIVOS 3er.AÑO:	1.556.004
Valor anual AMORTIZACION GASTOS PREOPERATIVOS 4o.AÑO :	1.556.004

Inflación esperada: 6,00% Tercer año esperada: 5,50% Cuarto año esperada: 5,00%

DETALLE DEL ESTADO PRESUPUESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS

	PRIMER AÑO	SEGUNDO AÑO	TERCER AÑO	CUARTO AÑO
	\$	\$	\$	\$
	% SOBRE VTAS.	% SOBRE VTAS.	% SOBRE VTAS.	% SOBRE VTAS.
Ventas anuales	211.714.000	241.384.000	262.114.223	293.344.348
Costo de mercancía vendida	(78.377.040)	(90.045.032)	(97.778.167)	(109.428.136)
Costo de materias primas utilizadas	76.217.040	86.898.240	94.361.120	105.603.965
Costos directos de fabricación	2.760.000	3.146.792	3.417.040	3.824.170
MARGEN BRUTO DE UTILIDAD	132.736.960	151.338.968	164.336.062	183.916.212
Costo total de Mano de obra directa	(52.093.208)	(55.218.800)	(58.285.835)	(61.168.626)
Gastos indirectos de fabricación	(33.265.432)	(37.927.312)	(41.184.536)	(46.091.550)
UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL	47.378.320	58.192.855	64.895.692	76.656.036
Gastos Administrativos	(21.128.600)	(22.396.316)	(23.628.113)	(24.809.519)
Salarios	14.120.000	14.967.200	15.790.396	16.579.916
Aportes parafiscales	2.238.600	2.372.916	2.503.426	2.628.598
Aportes patronales	1.170.000	1.240.200	1.308.411	1.373.832
Dotación de Uniformes	-	-	-	-
Otros gastos de ventas	3.600.000	3.816.000	4.025.880	4.227.174
Gastos de Ventas	(7.000.000)	(7.420.000)	(7.828.100)	(8.219.505)
Salarios	-	-	-	-
Aportes parafiscales	-	-	-	-
Aportes patronales	-	-	-	-
Dotación de Uniformes	-	-	-	-
Otros gastos de ventas	-	-	-	-
Convencción anual de ventas	-	-	-	-
Publicidad	7.000.000	7.420.000	7.828.100	8.219.505
Gastos Generales	(15.241.579)	(12.763.984)	(13.302.781)	(13.881.110)
Suministros	1.932.000	2.047.920	2.180.556	2.268.583
Servicio de energía	600.000	636.000	670.980	704.529
Servicio de Acueducto y alcantarillado	120.000	127.200	134.196	140.906
Servicio de comunicaciones	840.000	890.400	939.372	986.341
Mantenimiento Activos administrativos	170.000	180.200	180.200	180.200
Depreciación de bs raíces y equipos	851.000	902.060	951.673	999.257
Arrendamiento de bienes raíces	6.000.000	6.360.000	6.709.800	7.045.290
Seguros de Bs raíces, muebles y equip.	60.566	64.200	-	-
Caldadura, aso y cafetería	-	-	-	-
Amortización de Gastos Preoperativos	4.668.013	1.556.004	1.556.004	1.556.004
Otros gastos de administración	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE INT. E IMP./TOS	4.008.141	15.612.555	20.136.898	29.745.902
Gastos Financieros	(2.429.639)	(1.623.811)	(659.543)	(70.453)
Intereses por obligaciones financieras	2.369.638	1.560.211	592.445	-
Otros Gastos financieros	60.000	63.600	67.098	70.453
Arrend financiero de Activos. Admitivos	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	1.578.503	13.988.744	19.477.155	29.675.449
Impuesto de renta	(552.476)	(4.896.061)	(6.877.004)	(10.386.407)
UTILIDAD NETA A DISP.DE SOCIOS	1.026.027	9.092.684	12.600.151	19.289.042

Socios principales de la empresa:

Adriana Gomez Meñaca
Carolina Gonzalez Castilla

Angela Maria Zarate Aragón

0





Restaurante "STEAK & BONE"
RESUMEN DEL ESTADO PRESUPUESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS
 CORRESPONDIENTE AL

	PRIMER AÑO		SEGUNDO AÑO		TERCER AÑO		CUARTO AÑO	
	\$	% SOBRE VTAS.	\$	% SOBRE VTAS.	\$	% SOBRE VTAS.	\$	% SOBRE VTAS.
Ventas anuales	211.714.000	100,00%	241.384.000	100,00%	262.114.223	100,00%	293.344.348	100,00%
Menos: Costo de mercancía vendida \$	78.977.040	37,30%	90.045.032	37,30%	97.778.161	37,30%	109.428.136	37,30%
MARGEN BRUTO DE UTILIDAD \$	132.736.960	62,70%	151.338.968	62,70%	164.336.062	62,70%	183.916.212	62,70%
Menos:								
Costo total de Mano de obra directa	52.093.208	24,61%	55.218.800	22,88%	58.255.835	22,23%	61.168.626	20,85%
Gastos Indirectos de fabricación	33.265.432	15,71%	37.927.312	15,71%	41.784.536	15,71%	46.091.550	15,71%
UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL \$	47.378.320	22,38%	58.192.855	24,11%	64.895.692	24,76%	76.656.036	26,13%
Menos:								
Gastos Administrativos \$	21.128.600	9,98%	22.396.316	9,28%	23.628.113	9,01%	24.809.519	8,46%
Gastos de Ventas	7.000.000	3,31%	7.420.000	3,07%	7.828.100	2,99%	8.219.505	2,80%
Gastos de Servicios Administrativos	15.241.579	7,20%	12.763.984	5,29%	13.302.781	5,08%	13.881.110	4,73%
UTILIDAD ANTES DE INT. E IMP./TOS \$	4.008.141	1,89%	15.612.555	6,47%	20.136.698	7,68%	28.745.902	10,14%
Menos: Gastos Financieros	2.429.638	1,15%	1.623.811	0,67%	659.543	0,25%	70.453	0,02%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	1.578.503	0,75%	13.988.744	5,80%	19.477.155	7,43%	28.675.449	10,12%
Menos: Impuesto de renta	(652.476)	-0,26%	(4.896.061)	-2,03%	(6.817.004)	-2,60%	(10.386.407)	-3,54%
UTILIDAD NETA A DISP. DE SOCIOS \$	1.026.027	0,48%	9.092.684	3,77%	12.660.151	4,83%	19.289.042	6,58%

Socios principales de la empresa:

- Adriana Gomez Meñaca
- Carolina Gonzalez Castilla
- Angela Maria Zarate Aragon

0

Restaurante "STEAK & BONE"

ANEXO No. 2

PRESUPUESTO DE VENTAS - 1er AÑO
\$ 211.714.000

PPTO. COMPRAS DE MAT. PRIMA - 1er. AÑO
\$ 76.396.775

CTO MAT. PRIMAS UTILIZADAS - 1er. AÑO
\$ 76.217.040

PRESUPUESTO MENSUAL DE COMPRAS DE MATERIA PRIMA TENIENDO EN CUENTA LAS POLITICAS DE STOCK MINIMO DE INVENTARIO Y ADQUISICION DE MATERIAS PRIMAS PARA EL SIGUIENTE PERIODO.

Detalle / Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
INVENTARIO FINAL DESEADO	2.642.943	2.614.878	2.288.838	2.880.678	2.888.283	2.467.578
COSTO DE ARTICULOS VENDIDOS	5.545.440	6.181.200	6.068.700	4.764.780	7.132.140	7.162.560
TOTAL NECESARIO	8.188.383	8.796.078	8.357.538	7.645.458	10.020.423	9.630.138
MENOS INVENTARIO INICIAL	2.484.003	2.642.943	2.614.878	2.288.838	2.880.678	2.888.283
TOTAL COMPRAS DEL MES \$	5.704.380	6.153.075	5.742.720	5.356.620	7.139.745	6.741.855
Detalle / Meses	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
INVENTARIO FINAL DESEADO	2.708.973	2.939.043	2.765.298	2.717.733	2.827.848	2.683.738
COSTO DE ARTICULOS VENDIDOS	5.479.740	6.445.080	7.365.600	6.670.620	6.480.360	6.920.820
TOTAL NECESARIO	8.188.653	9.384.123	10.130.898	9.388.353	9.308.208	9.584.558
MENOS INVENTARIO INICIAL	2.467.578	2.708.973	2.939.043	2.765.298	2.717.733	2.827.848
TOTAL COMPRAS DEL MES \$	5.721.075	6.675.210	7.191.855	6.623.055	6.590.475	6.756.710



Restaurante "STEAK & BONE"

ANEXO No. 3

SALARIOS, APORTES PATRONALES, PARAFISCALES Y OTROS GASTOS POR DEPARTAMENTOS

1.- DEPARTAMENTO DE PRODUCCION - M.O.D.		2.- DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO - NOMINA		3.- DEP.TO DE VENTAS - GASTOS TOTALES	
Mes	Annual	Mes	Annual	Mes	Annual
Sueldos	1.200.000	Sueldos	1.000.000	Sueldos	0
Subs.de transporte	68.000	Subs.de transporte	-	Subs.de transporte	0
Horas Extras	-	Horas Extras	0	Comisiones	0
Vacaciones	840.000	Vacaciones	700.000	Vacaciones	-
Prima Legal	1.268.000	Prima Legal	1.000.000	Prima Legal	-
Cesantías	1.268.000	Cesantías	1.000.000	Cesantías	-
Int.sobre cesantías	152.160	Int.sobre cesantías	120.000	Int.sobre cesantías	-
PPTO. ANUAL DE SALARIOS \$	17.856.560	PPTO. ANUAL DE SALARIOS \$	14.120.000	PPTO. ANUAL DE SALARIOS \$	-
Aportes patronales	2.747.792	Aportes patronales	2.238.600	Aportes patronales	-
Salud	1.213.472	Salud	960.000	Salud	-
Pensiones	1.458.000	Pensiones	1.215.000	Pensiones	-
A.R.P.	76.320	A.R.P.	63.600	A.R.P.	-
Aportes parafiscales	1.440.856	Aportes parafiscales	1.170.000	Aportes parafiscales	-
I.C.B.F.	470.040	I.C.B.F.	390.000	I.C.B.F.	-
Sena	313.360	Sena	260.000	Sena	-
Cajas de compens.	657.456	Cajas de compens.	520.000	Cajas de compens.	-
Dotación Uniformes	288.000	Dotación Uniformes	-	Dotación Uniformes	0
Otros Gtos de personal	-	Otros Gtos personal Admt.	3.600.000	Otros GASTOS DE VENTAS	0
Nomina temporal	29.760.000			Rodamiento de vehículos	0
				Convención anual de vendedores	0
				Presupuesto anual de publicidad.	7.000.000
1.- PRESUPUESTO ANUAL M.O.D. \$	52.093.208	2.- PPTO. ANUAL NOMINA ADM.\$	21.128.600	3.- PRESUPUESTO ANUAL VTAS.\$	7.000.000



LOS SIGUIENTES SON LOS DATOS PERTINENTES AL PRESTAMO QUE POR \$ 15.000.000,00 SE PROYECTA SOLICITAR
 PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO: \$ 542.285,93
 TASA DE INTERES PERIODICA : 1,50% MENSUAL VENCIDA
 CUOTA MENSUAL

DETALLE DE PAGOS POR PERIODOS

	INTERESES PAGADOS		AMORTIZACION A CAPITAL	
	FOR PERIODOS	ACUMULADO TOTAL	FOR PERIODOS	ACUMULADO TOTAL
DEL 1o. Al 4o. PERIODO	871.158	871.158	1.297.986,09	1.297.986
DEL 5o. Al 8o. PERIODO	791.509	1.662.666	1.377.635,13	2.675.621
DEL 9o. Al 12o. PERIODO	706.972	2.369.638	1.462.171,71	4.137.793
DEL 13o. Al 16o. PERIODO	617.248	2.986.886	1.551.895,76	5.689.689
DEL 17o. Al 20o. PERIODO	522.018	3.508.904	1.647.125,59	7.336.814
DEL 21o. Al 24o. PERIODO	420.945	3.929.849	1.748.199,07	9.085.013
DEL 25o. Al 28o. PERIODO	313.669	4.243.518	1.855.474,77	10.940.488
DEL 29o. Al 32o. PERIODO	199.810	4.443.328	1.969.333,29	12.909.821
DEL 33o. Al 36o. PERIODO	78.965	4.522.294	2.090.178,57	15.000.000
DEL 37o. Al 40o. PERIODO	-	-	-	-
DEL 41o. Al 44o. PERIODO	-	-	-	-
DEL 45o. Al 48o. PERIODO	-	-	-	-
DEL 49o. Al 52o. PERIODO	-	-	-	-
DEL 53o. Al 56o. PERIODO	-	-	-	-
DEL 57o. Al 60o. PERIODO	-	-	-	-
DEL 61o. Al 64o. PERIODO	-	-	-	-
DEL 65o. Al 68o. PERIODO	-	-	-	-
DEL 69o. Al 72o. PERIODO	-	-	-	-
DEL 73o. Al 76o. PERIODO	-	-	-	-
DEL 77o. Al 80o. PERIODO	-	-	-	-
DEL 81o. Al 84o. PERIODO	-	-	-	-
DEL 85o. Al 88o. PERIODO	-	-	-	-
DEL 89o. Al 92o. PERIODO	-	-	-	-
DEL 93o. Al 96o. PERIODO	-	-	-	-
DEL 97o. Al 100o. PERIODO	-	-	-	-
DEL 101o. Al 104o. PERIODO	-	-	-	-
DEL 105o. Al 108o. PERIODO	-	-	-	-
DEL 109o. Al 112o. PERIODO	-	-	-	-





TABLA DE AMORTIZACION GRADUAL PERIODICA

CUOTA No.	SDO DEL PR/MO \$	INTERESES		CUOTAS DE AMORTIZACION		NUEVO SALDO \$
		CORRIENTES	EXTRAS	CORRIENTES	EXTRAS	
0	15.000.000,00	-	-	-	-	15.000.000,00
1	15.000.000,00	225.000,00		317.285,93		14.682.714,07
2	14.682.714,07	220.240,71		322.045,22		14.360.668,84
3	14.360.668,84	215.410,03		326.875,90		14.033.792,94
4	14.033.792,94	210.506,89		331.779,04		13.702.013,91
5	13.702.013,91	205.530,21		336.755,72		13.365.258,18
6	13.365.258,18	200.478,87		341.807,06		13.023.451,12
7	13.023.451,12	195.351,77		346.934,17		12.676.516,95
8	12.676.516,95	190.147,75		352.138,18		12.324.378,78
9	12.324.378,78	184.865,68		357.420,25		11.966.958,52
10	11.966.958,52	179.504,38		362.781,56		11.604.176,97
11	11.604.176,97	174.062,65		368.223,28		11.235.953,69
12	11.235.953,69	168.539,31		373.746,63		10.862.207,06
13	10.862.207,06	162.933,11		379.352,83		10.482.854,24
14	10.482.854,24	157.242,81		385.043,12		10.097.811,12
15	10.097.811,12	151.467,17		390.818,77		9.706.992,35
16	9.706.992,35	145.604,89		396.681,05		9.310.311,30
17	9.310.311,30	139.654,67		402.631,26		8.907.680,04
18	8.907.680,04	133.615,20		408.670,73		8.499.009,31
19	8.499.009,31	127.485,14		414.800,79		8.084.208,51
20	8.084.208,51	121.263,13		421.022,81		7.663.185,71
21	7.663.185,71	114.947,79		427.338,15		7.235.847,56
22	7.235.847,56	108.537,71		433.748,22		6.802.099,34
23	6.802.099,34	102.031,49		440.254,44		6.361.844,90
24	6.361.844,90	95.427,67		446.858,26		5.914.986,64
25	5.914.986,64	88.724,80		453.561,13		5.461.425,50
26	5.461.425,50	81.921,38		460.364,55		5.001.060,95
27	5.001.060,95	75.015,91		467.270,02		4.533.790,94
28	4.533.790,94	68.006,86		474.279,07		4.059.511,87
29	4.059.511,87	60.892,68		481.393,26		3.578.118,61
30	3.578.118,61	53.671,78		488.614,15		3.089.504,46
31	3.089.504,46	46.342,57		495.943,37		2.593.561,09
32	2.593.561,09	38.903,42		503.382,52		2.090.178,57
33	2.090.178,57	31.352,68		510.933,25		1.579.245,32
34	1.579.245,32	23.688,68		518.597,25		1.060.648,07
35	1.060.648,07	15.909,72		526.376,21		534.271,86
36	534.271,86	8.014,08		534.271,86		(0,00)

ANEXO No. 5

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO OPERATIVO, FINANCIERO E INTEGRAL

	Q1	Q2	Q3	INTEGRAL: Q	ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
PRECIO DE VENTA	\$ 22.539,00	\$ 22.539,00	\$ 22.539,00		\$ 171.398.358,25
COSTOS FIJOS	\$ 128.728.819,00	\$ 128.728.819,00	\$ 128.728.819,00		-
GASTOS FINANCIEROS		\$ 2.429.638,00	\$ 2.429.638,00		-
UTILIDAD PROYECTADA		\$ 38.201.638,23	\$ 1.026.027,00		-
COSTO VARIABLE TOTAL	\$ 37.493.973,98		\$ 38.661.398,17		-
Comisiones sobre ventas					-
PUNTO DE EQUILIBRIO OPERATIVO	\$ 7.374,90	\$ 7.514,09	\$ 7.604,52		-
	\$ 166.222.792,98	\$ 169.360.095,23			-
VENTAS TOTALES	\$ 166.222.792,98				-
COSTO DE PRODUCTOS VENDIDOS					-
Costos variables totales	\$ 37.493.973,98	\$ 38.201.638,23	\$ 38.661.398,17		-
Costos fijos de producción	\$ 85.358.640,00	\$ 85.358.640,00	\$ 85.358.640,00		-
UTILIDAD BRUTA	\$ 43.370.179,00	\$ 45.799.817,00	\$ 47.378.320,08		-
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ (21.128.600,00)	\$ (21.128.600,00)	\$ (21.128.600,00)		-
GASTOS DE VENTAS	\$ (7.000.000,00)	\$ (7.000.000,00)	\$ (7.000.000,00)		-
Comisiones					-
Gastos fijos de ventas	\$ 7.000.000,00	\$ 7.000.000,00	\$ 7.000.000,00		-
GASTOS GENERALES	\$ (15.241.579,00)	\$ (15.241.579,00)	\$ (15.241.579,00)		-
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ -	\$ 2.429.638,00	\$ 4.008.141,08		-
GASTOS FINANCIEROS		\$ (2.429.638,00)	\$ (2.429.638,00)		-
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ -	\$ -	\$ 1.578.503,08		-
IMPUESTO DE RENTA			\$ (552.476,08)		-
UTILIDAD NETA A DISPOSICION DE SOCIOS	\$ -	\$ -	\$ 1.026.027,00		-
MARGEN BRUTO DE CONTRIBUCION (Utilidad bruta sobre Vtas)	26,09%	27,04%	27,64%		27,64%
MARGEN OPERACIONAL (Utilidad operacional sobre ventas)	0,00%	1,43%	2,34%		2,34%
MARGEN NETO DE CONTRIBUCION (Utilidad neta sobre ventas)	0,00%	0,00%	0,60%		0,60%





DATOS IMPORTANTES PARA EL ANALISIS DE SENSIBILIDAD (Costo - Volumen - Utilidad) y EVALUACION FINANCIERA:

	Primer Periodo	Segundo Periodo	Tercer Periodo	Cuarto Periodo
Tasa Impositiva	35,00%	35,00%	35,00%	35,00%
Utilidad proyectada después de impuestos	\$ 1.026.027	\$ 9.092.694	\$ 12.660.151	\$ 19.289.042
Precio de venta unitario (Promedio ponderado)	\$ 22.539,00	\$ 23.778,65	\$ 25.205,36	\$ 26.843,71
Niveles de costos fijos	\$ 131.158,457	\$ 137.350,224	\$ 144.858,908	\$ 154.240,763
Costo de Mano de Obra Directa	\$ 52.093.208	\$ 55.218.800	\$ 58.255.835	\$ 61.168.626
Gastos indirectos de fabricación	\$ 33.265.432	\$ 37.927.312	\$ 41.184.536	\$ 46.091.550
Gastos Administrativos	\$ 21.128.800	\$ 22.396.316	\$ 23.628.113	\$ 24.809.519
Gastos Fijos de Ventas	\$ 7.000.000	\$ 7.420.000	\$ 7.828.100	\$ 8.219.505
Gtos variables de ventas (Comisiones)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de Servicios Administrativos	\$ 15.241.579	\$ 12.763.984	\$ 13.302.781	\$ 13.881.110
Gastos Financieros	\$ 2.429.638	\$ 1.623.811	\$ 659.543	\$ 70.453
Margen bruto de contribución unitaria	62,6963545%	62,6963545%	62,6963545%	62,6963545%

POR FAVOR, DIGITE UN PORCENTAJE EN B174 DE MANERA QUE EL VALOR EN LA CELDA D178 SEA CERCANO A CERO.

CAPITAL INVERTIDO \$ 15.000.000
 RENTABILIDAD ESPERADA 10,00%

	Primer Periodo	Segundo Periodo	Tercer Periodo	Cuarto Periodo
UTILIDADES PROYECTADAS	\$ 1.026.027	\$ 9.092.684	\$ 12.660.151	\$ 19.289.042
VALOR PRESENTE NETO POR PERIODO	\$ 932.752	\$ 7.514.615	\$ 9.511.758	\$ 13.174.675
VALOR PRESENTE NETO DEL PROYECTO	\$ 16.133.800			
TASA INTERNA DE RETORNO	40,02%	Aproximadamente.		
V.P. N. DE CADA PERIODO CON LA T.I.R.	\$ 732.772	\$ 4.637.799	\$ 4.611.781	\$ 5.018.228
V.P.N. DEL PROYECTO CON LA TIR	\$ 579			
RENTABILIDAD DEL PROYECTO SOBRE EL CAPITAL INVERTIDO				
RENTABILIDAD ANUAL POR PERIODO	6,84%	60,62%	84,40%	128,59%
RENTABILIDAD ANUAL PROMEDIO		70,11%		

LA RENTABILIDAD ESPERADA ES SUPERIOR A LA RENTABILIDAD DEL PROYECTO

ANALISIS DE SENSIBILIDAD A LAS VARIACIONES PRESENTADAS EN COSTOS VARIABLES, COSTOS FIJOS, PRECIOS DE VENTA Y UTILIDAD NETA ESPERADA

C.V.U.	C O S T O S	PUNTO DE EQUILIBRIO PARA OBTENER UNA UTILIDAD NETA DE \$ -			PUNTO DE EQUILIBRIO PARA OBTENER UNA UTILIDAD NETA DE \$ 5,000,000			PUNTO DE EQUILIBRIO PARA OBTENER UNA UTILIDAD NETA DE \$ 10,000,000				
		VTAS REQUERIDAS EN PESOS Y CANTIDADES			VTAS REQUERIDAS EN PESOS Y CANTIDADES			VTAS REQUERIDAS EN PESOS Y CANTIDADES				
		VENTAS EN \$	NIVELES DE PRECIOS UNITARIOS	CANTIDADES A VENDER	VENTAS EN \$	NIVELES DE PRECIOS UNITARIOS	CANTIDADES A VENDER	VENTAS EN \$	NIVELES DE PRECIOS UNITARIOS	CANTIDADES A VENDER		
37,30%	131,158,457	209,196,305	9,282	8,902	221,465,452	9,826	9,424	10,546	233,734,598	10,370	9,946	11,130
35,00%	131,158,457	201,782,242	8,953	8,586	213,616,561	9,478	9,090	10,172	225,450,881	10,003	9,594	10,736
41,00%	131,158,457	222,302,469	9,863	9,460	235,340,279	10,441	10,014	11,207	248,378,089	11,020	10,569	11,828
37,30%	135,000,000	215,323,524	9,553	9,163	227,592,671	10,098	9,685	10,838	239,861,817	10,642	10,207	11,422
35,00%	135,000,000	207,692,308	9,215	8,838	219,526,627	9,740	9,342	10,454	231,360,947	10,265	9,845	11,017
41,00%	135,000,000	228,813,559	10,152	9,737	241,851,369	10,730	10,292	11,517	254,889,179	11,309	10,846	12,138
37,30%	125,000,000	199,373,633	8,846	8,484	211,642,780	9,390	9,006	10,078	223,911,927	9,934	9,528	10,662
35,00%	125,000,000	192,307,692	8,532	8,183	204,142,012	9,057	8,687	9,721	215,976,331	9,582	9,190	10,285
41,00%	125,000,000	211,864,407	9,400	9,016	224,902,216	9,978	9,570	10,710	237,940,026	10,557	10,125	11,330





ANALISIS FINANCIERO

Las siguientes son las cifras base del proyecto:

PRESUPUESTO DE COMPRAS:

❖ MATERIAS PRIMAS:

Inventario básico mínimo: \$1.097.643. Se requiere el 25% de compras para cumplir con las ventas del mes siguiente. El costo de las materias primas sobre el valor total de las ventas equivale al 36%.

❖ MANO DE OBRA DIRECTOS (Costo Fijo):

El proyecto requiere de dos parrilleros que devengarán un salario mensual de \$600.000 cada uno, tendrán un subsidio de transporte de \$34.000 cada uno.

Adicionalmente se requiere de dotación para 18 empleados, se estima que el costo de esta dotación será de \$16.000 por persona al año.

La tasa de Riesgos Profesionales ARP es del 0.53%.

El costo anual de los empleados temporales necesarios para la producción es de \$29.760.000.

COSTOS DIRECTOS DE FABRICACION:

El valor anual de los servicios públicos se estima de la siguiente manera: \$360.000 de energía y \$2.400.000 de acueducto y alcantarillado.

GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN:

En este rubro se han presupuestado los siguientes gastos anuales:

Suministros y materiales indirectos	\$4.140.000
Mantenimiento de máquinas y equipos	200.000
Depreciación de maquinaria, equipos, plantas	864.960
Arrendamiento de planta	18.000.000
Seguros de maquinaria, equipo, planta, etc.	93.972
Celaduría Aseo y Mano de obra indirecta	9.966.500



GASTOS ADMINISTRATIVOS:

La administración estará a cargo de un funcionario con asignación mensual de \$1.000.000. La tasa de riesgos profesionales ARP es del 0.53%. Adicionalmente se contará con el apoyo de un contador que por outsourcing, prestará sus servicios por una suma mensual de \$300.000.

SERVICIOS DE LA ADMINISTRACIÓN:

El presupuesto anual de gastos administrativos es el siguiente:

Suministros (papelería, útiles, etc)	\$1.932.000
Energía	600.000
Acueducto	120.000
Comunicaciones	840.000
Mantenimiento de muebles y equipos	170.000
Depreciación de muebles y equipos	851.000
Arrendamientos	6.000.000
Seguros	60.566
Amortización de gastos preoperativos:	
Primer año	4.668.013
Segundo año	1.556.004
Tercer año	1.556.004
Cuarto año	1.556.004

GASTOS FINANCIEROS:

Para el montaje del proyecto se requiere de un crédito por \$15.000.000 a tres años, cuyos intereses a una tasa del 18% anual se calculan así:

Primer año	\$2.369.638
Segundo año	1.560.211
Tercer año	592.445

Para el primer año se presupuestan gastos financieros adicionales por \$60.000

CAPITAL:

El aporte de capital de cada una de las tres socias será de \$5.000.000 y se tramitará un préstamo de \$15.000.000 a una tasa del 18% anual, lo que constituye \$30.000.000 de capital inicial.



TASA IMPOSITIVA:

Para la formulación de proyecto se tuvo en cuenta la tasa de impuestos sobre la renta vigente actualmente: 35%.

VENTAS:

La proyección de las ventas del proyecto son las siguientes:

Primer año	\$211.714.000
Segundo año	241.384.000
Tercer año	262.114.233
Cuarto año	293.344.348

El margen bruto sobre las ventas proyectado para los cuatro años es del 62.7% y la utilidad bruta operacional es la siguiente:

Primer año	22.38%
Segundo año	24.11%
Tercer año	24.76%
Cuarto año	26.13%

UTILIDAD NETA ANUAL:

Dadas los presupuestos y los márgenes anteriores, el proyecto arroja las siguientes utilidades netas (después de impuestos):

Primer año	\$1.026.027
Segundo año	9.092.684
Tercer año	12.660.151
Cuarto año	19.289.042

RENTABILIDAD DEL PROYECTO:

Las socias esperan que este proyecto arroje una tasa de retorno anual de al menos el 10%. Esto en razón a que consideran que una rentabilidad inferior no justificaría los riesgos que se asumen y en ese caso sería mas aconsejable una inversión de bajo riesgo tal como un depósito a término en un Banco de calificación AAA que hoy renta alrededor del 9% anual.

Si se descuenta la utilidad neta proyecta para cada uno los cuatro años del proyecto, a la tasa mínima esperada del 10%, tenemos que el valor presente del



proyecto equivale a \$16.133.800. Esto significa que al final del cuarto año las socias ya han recuperado los \$15.000.000 de su aporte inicial y han obtenido la rentabilidad mínima esperada de 10% anual más \$16.133.800 de pesos en valor presente.

Como conclusión, el proyecto es mucho mas rentable de lo mínimo esperado. Si el flujo de las rentabilidades netas de los cuatro años del proyecto se descuenta a una tasa ya no del 10% sino del 40.02% anual, el valor presente es cercano a cero (\$579). Esto significa que al final de los 4 años del proyecto las inversionistas han recuperado los \$15.000.000 de su inversión inicial y han tenido un retorno anual de 40.02% más \$597 en valor presente.

PROYECCION DE VENTAS EN ENERO DE 2003

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA UNIT.	COSTO DE VENTA UNIT.	VENTA TOTAL	COSTO TOTAL
NUMERO DE COMENSALES	715				
PUNTA DE ANCA	80	14.500	5.680	1.160.000	454.400
T-BONE STEAK	70	14.500	5.467	1.015.000	382.690
CHURRASCO	60	14.500	4.675	870.000	280.500
BABY BEEF	65	16.000	7.803	1.040.000	507.195
BROCHETA CON TOCINETA	75	16.000	11.220	1.200.000	841.500
COSTILLAS BBQ	45	13.000	4.992	585.000	224.640
SOBREBARRIGA PARRILLA	40	14.500	2.959	580.000	118.360
CHULETA DE CERDO	50	15.000	4.767	750.000	238.350
MEDALLONES CHAMPI	50	16.800	8.915	840.000	445.750
POLLO "STEAK & BONE"	50	16.000	4.202	800.000	210.100
CHURRASCO JUNIOR	30	9.800	2.673	294.000	80.190
BABY BEEF JUNIOR	40	11.000	4.157	440.000	166.280
POLLO "STEAK & BONE" J.	60	12.000	1.880	720.000	112.800
ENSALADA	540	3.000	528	1.620.000	285.120
CUAJADA DE LA CASA	110	4.500	2.305	495.000	253.550
POSTRE "STEAK & BONE"	250	4.500	1.230	1.125.000	307.500
LIMONADA NATURAL	250	1.500	7	375.000	1.750
AGUA EN BOTELLA	150	1.000	800	150.000	120.000
CERVEZA BARRIL	150	2.800	900	420.000	135.000
CERVEZA	250	2.500	800	625.000	200.000
GASEOSA	300	1.000	500	300.000	150.000
ENERO	2.715	5.674	2.032	15.404.000	5.515.675



PROYECCION DE VENTAS EN FEBRERO DE 2003

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA UNIT.	COSTO DE VENTA UNIT.	VENTA TOTAL	COSTO TOTAL
NUMERO DE COMENSALES	745				
PUNTA DE ANCA	110	14.500	5.680	1.595.000	624.800
T-BONE STEAK	70	14.500	5.467	1.015.000	382.690
CHURRASCO	50	14.500	4.675	725.000	233.750
BABY BEEF	60	16.000	7.803	960.000	468.180
BROCHETA CON TOCINETA	55	16.000	11.220	880.000	617.100
COSTILLAS BBQ	50	13.000	4.992	650.000	249.600
SOBREBARRIGA PARRILLA	50	14.500	2.959	725.000	147.950
CHULETA DE CERDO	40	15.000	4.767	600.000	190.680
MEDALLONES CHAMPI	60	16.800	8.915	1.008.000	534.900
POLLO "STEAK & BONE"	70	16.000	4.202	1.120.000	294.140
CHURRASCO JUNIOR	40	9.800	2.673	392.000	106.920
BABY BEEF JUNIOR	50	11.000	4.157	550.000	207.850
POLLO "STEAK & BONE" J.	40	12.000	1.880	480.000	75.200
ENSALADA	600	3.000	528	1.800.000	316.800
CUAJADA DE LA CASA	300	4.500	2.305	1.350.000	691.500
POSTRE "STEAK & BONE"	350	4.500	1.230	1.575.000	430.500
LIMONADA NATURAL	200	1.500	7	300.000	1.400
AGUA EN BOTELLA	70	1.000	800	70.000	56.000
CERVEZA BARRIL	250	2.800	900	700.000	225.000
CERVEZA	150	2.500	800	375.000	120.000
GASEOSA	300	1.000	500	300.000	150.000
FEBRERO	2.965	5.791	2.066	17.170.000	6.124.960



PROYECCION DE VENTAS EN MARZO DE 2003

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA UNIT.	COSTO DE VENTA UNIT.	VENTA TOTAL	COSTO TOTAL
NUMERO DE COMENSALES	720				
PUNTA DE ANCA	90	14.500	5.680	1.305.000	511.200
T-BONE STEAK	60	14.500	5.467	870.000	328.020
CHURRASCO	65	14.500	4.675	942.500	303.875
BABY BEEF	65	16.000	7.803	1.040.000	507.195
BROCHETA CON TOCINETA	40	16.000	11.220	640.000	448.800
COSTILLAS BBQ	50	13.000	4.992	650.000	249.600
SOBREBARRIGA PARRILLA	40	14.500	2.959	580.000	118.360
CHULETA DE CERDO	50	15.000	4.767	750.000	238.350
MEDALLONES CHAMPI	65	16.800	8.915	1.092.000	579.475
POLLO "STEAK & BONE"	65	16.000	4.202	1.040.000	273.130
CHURRASCO JUNIOR	35	9.800	2.673	343.000	93.555
BABY BEEF JUNIOR	40	11.000	4.157	440.000	166.280
POLLO "STEAK & BONE" J.	55	12.000	1.880	660.000	103.400
ENSALADA	620	3.000	528	1.860.000	327.360
CUAJADA DE LA CASA	500	4.500	2.305	2.250.000	1.152.500
POSTRE "STEAK & BONE"	200	4.500	1.230	900.000	246.000
LIMONADA NATURAL	150	1.500	7	225.000	1.050
AGUA EN BOTELLA	90	1.000	800	90.000	72.000
CERVEZA BARRIL	100	2.800	900	280.000	90.000
CERVEZA	200	2.500	800	500.000	160.000
GASEOSA	400	1.000	500	400.000	200.000
MARZO	2.980	5.657	2.071	16.857.500	6.170.150





PROYECCION DE VENTAS EN ABRIL DE 2003

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA UNIT.	COSTO DE VENTA UNIT.	VENTA TOTAL	COSTO TOTAL
NUMERO DE COMENSALES	605				
PUNTA DE ANCA	110	14.500	5.680	1.595.000	624.800
T-BONE STEAK	30	14.500	5.467	435.000	164.010
CHURRASCO	60	14.500	4.675	870.000	280.500
BABY BEEF	70	16.000	7.803	1.120.000	546.210
BROCHETA CON TOCINETA	40	16.000	11.220	640.000	448.800
COSTILLAS BBQ	10	13.000	4.992	130.000	49.920
SOBREBARRIGA PARRILLA	45	14.500	2.959	652.500	133.155
CHULETA DE CERDO	15	15.000	4.767	225.000	71.505
MEDALLONES CHAMPI	35	16.800	8.915	588.000	312.025
POLLO "STEAK & BONE"	45	16.000	4.202	720.000	189.090
CHURRASCO JUNIOR	50	9.800	2.673	490.000	133.650
BABY BEEF JUNIOR	40	11.000	4.157	440.000	166.280
POLLO "STEAK & BONE" J.	55	12.000	1.880	660.000	103.400
ENSALADA	400	3.000	528	1.200.000	211.200
CUAJADA DE LA CASA	200	4.500	2.305	900.000	461.000
POSTRE "STEAK & BONE"	250	4.500	1.230	1.125.000	307.500
LIMONADA NATURAL	150	1.500	7	225.000	1.050
AGUA EN BOTELLA	90	1.000	800	90.000	72.000
CERVEZA BARRIL	100	2.800	900	280.000	90.000
CERVEZA	200	2.500	800	500.000	160.000
GASEOSA	350	1.000	500	350.000	175.000
ABRIL	2.345	5.644	2.005	13.235.500	4.701.095



PROYECCION DE VENTAS EN MAYO DE 2003

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA UNIT.	COSTO DE VENTA UNIT.	VENTA TOTAL	COSTO TOTAL
NUMERO DE COMENSALES 855					
PUNTA DE ANCA	150	14.500	5.680	2.175.000	852.000
T-BONE STEAK	80	14.500	5.467	1.160.000	437.360
CHURRASCO	70	14.500	4.675	1.015.000	327.250
BABY BEEF	75	16.000	7.803	1.200.000	585.225
BROCHETA CON TOCINETA	70	16.000	11.220	1.120.000	785.400
COSTILLAS BBQ	50	13.000	4.992	650.000	249.600
SOBREBARRIGA PARRILLA	35	14.500	2.959	507.500	103.565
CHULETA DE CERDO	70	15.000	4.767	1.050.000	333.690
MEDALLONES CHAMPI	65	16.800	8.915	1.092.000	579.475
POLLO "STEAK & BONE"	70	16.000	4.202	1.120.000	294.140
CHURRASCO JUNIOR	15	9.800	2.673	147.000	40.095
BABY BEEF JUNIOR	50	11.000	4.157	550.000	207.850
POLLO "STEAK & BONE" J.	55	12.000	1.880	660.000	103.400
ENSALADA	700	3.000	528	2.100.000	369.600
CUAJADA DE LA CASA	500	4.500	2.305	2.250.000	1.152.500
POSTRE "STEAK & BONE"	200	4.500	1.230	900.000	246.000
LIMONADA NATURAL	300	1.500	7	450.000	2.100
AGUA EN BOTELLA	100	1.000	800	100.000	80.000
CERVEZA BARRIL	300	2.800	900	840.000	270.000
CERVEZA	150	2.500	800	375.000	120.000
GASEOSA	350	1.000	500	350.000	175.000
MAYO	3.455	5.734	2.117	19.811.500	7.314.250

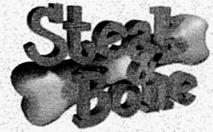
PROYECCION DE VENTAS EN JUNIO DE 2003

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA UNIT.	COSTO DE VENTA UNIT.	VENTA TOTAL	COSTO TOTAL
NUMERO DE COMENSALES	880				
PUNTA DE ANCA	160	14.500	5.680	2.320.000	908.800
T-BONE STEAK	70	14.500	5.467	1.015.000	382.690
CHURRASCO	60	14.500	4.675	870.000	280.500
BABY BEEF	70	16.000	7.803	1.120.000	546.210
BROCHETA CON TOCINETA	40	16.000	11.220	640.000	448.800
COSTILLAS BBQ	75	13.000	4.992	975.000	374.400
SOBREBARRIGA PARRILLA	60	14.500	2.959	870.000	177.540
CHULETA DE CERDO	85	15.000	4.767	1.275.000	405.195
MEDALLONES CHAMPI	40	16.800	8.915	672.000	356.600
POLLO "STEAK & BONE"	100	16.000	4.202	1.600.000	420.200
CHURRASCO JUNIOR	30	9.800	2.673	294.000	80.190
BABY BEEF JUNIOR	30	11.000	4.157	330.000	124.710
POLLO "STEAK & BONE" J.	60	12.000	1.880	720.000	112.800
ENSALADA	500	3.000	528	1.500.000	264.000
CUAJADA DE LA CASA	300	4.500	2.305	1.350.000	691.500
POSTRE "STEAK & BONE"	350	4.500	1.230	1.575.000	430.500
LIMONADA NATURAL	300	1.500	7	450.000	2.100
AGUA EN BOTELLA	100	1.000	800	100.000	80.000
CERVEZA BARRIL	400	2.800	900	1.120.000	360.000
CERVEZA	200	2.500	800	500.000	160.000
GASEOSA	600	1.000	500	600.000	300.000
JUNIO	3.630	5.481	1.903	19.896.000	6.906.735



PROYECCION DE VENTAS EN JULIO DE 2003

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA UNIT.	COSTO DE VENTA UNIT.	VENTA TOTAL	COSTO TOTAL
NUMERO DE COMENSALES	705				
PUNTA DE ANCA	90	14.500	5.680	1.305.000	511.200
T-BONE STEAK	70	14.500	5.467	1.015.000	382.690
CHURRASCO	60	14.500	4.675	870.000	280.500
BABY BEEF	85	16.000	7.803	1.360.000	663.255
BROCHETA CON TOCINETA	60	16.000	11.220	960.000	673.200
COSTILLAS BBQ	45	13.000	4.992	585.000	224.640
SOBREARRIGA PARRILLA	35	14.500	2.959	507.500	103.565
CHULETA DE CERDO	40	15.000	4.767	600.000	190.680
MEDALLONES CHAMPI	40	16.800	8.915	672.000	356.600
POLLO "STEAK & BONE"	60	16.000	4.202	960.000	252.120
CHURRASCO JUNIOR	40	9.800	2.673	392.000	106.920
BABY BEEF JUNIOR	50	11.000	4.157	550.000	207.850
POLLO "STEAK & BONE" J.	30	12.000	1.880	360.000	56.400
ENSALADA	300	3.000	528	900.000	158.400
CUAJADA DE LA CASA	400	4.500	2.305	1.800.000	922.000
POSTRE "STEAK & BONE"	200	4.500	1.230	900.000	246.000
LIMONADA NATURAL	100	1.500	7	150.000	700
AGUA EN BOTELLA	80	1.000	800	80.000	64.000
CERVEZA BARRIL	100	2.800	900	280.000	90.000
CERVEZA	150	2.500	800	375.000	120.000
GASEOSA	600	1.000	500	600.000	300.000
JULIO	2.635	5.777	2.243	15.221.500	5.910.720



PROYECCION DE VENTAS EN AGOSTO DE 2003

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA UNIT.	COSTO DE VENTA UNIT.	VENTA TOTAL	COSTO TOTAL
NUMERO DE COMENSALES	825				
PUNTA DE ANCA	90	14.500	5.680	1.305.000	511.200
T-BONE STEAK	80	14.500	5.467	1.160.000	437.360
CHURRASCO	60	14.500	4.675	870.000	280.500
BABY BEEF	85	16.000	7.803	1.360.000	663.255
BROCHETA CON TOCINETA	65	16.000	11.220	1.040.000	729.300
COSTILLAS BBQ	60	13.000	4.992	780.000	299.520
SOBREBARRIGA PARRILLA	50	14.500	2.959	725.000	147.950
CHULETA DE CERDO	60	15.000	4.767	900.000	286.020
MEDALLONES CHAMPI	70	16.800	8.915	1.176.000	624.050
POLLO "STEAK & BONE"	70	16.000	4.202	1.120.000	294.140
CHURRASCO JUNIOR	40	9.800	2.673	392.000	106.920
BABY BEEF JUNIOR	50	11.000	4.157	550.000	207.850
POLLO "STEAK & BONE" J.	45	12.000	1.880	540.000	84.600
ENSALADA	350	3.000	528	1.050.000	184.800
CUAJADA DE LA CASA	300	4.500	2.305	1.350.000	691.500
POSTRE "STEAK & BONE"	200	4.500	1.230	900.000	246.000
LIMONADA NATURAL	500	1.500	7	750.000	3.500
AGUA EN BOTELLA	150	1.000	800	150.000	120.000
CERVEZA BARRIL	200	2.800	900	560.000	180.000
CERVEZA	250	2.500	800	625.000	200.000
GASEOSA	600	1.000	500	600.000	300.000
AGOSTO	3.375	5.305	1.955	17.903.000	6.598.465



PROYECCION DE VENTAS EN SEPTIEMBRE DE 2003

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA UNIT.	COSTO DE VENTA UNIT.	VENTA TOTAL	COSTO TOTAL
NUMERO DE COMENSALES	900				
PUNTA DE ANCA	100	14.500	5.680	1.450.000	568.000
T-BONE STEAK	90	14.500	5.467	1.305.000	492.030
CHURRASCO	80	14.500	4.675	1.160.000	374.000
BABY BEEF	85	16.000	7.803	1.360.000	663.255
BROCHETA CON TOCINETA	70	16.000	11.220	1.120.000	785.400
COSTILLAS BBQ	60	13.000	4.992	780.000	299.520
SOBREBARRIGA PARRILLA	50	14.500	2.959	725.000	147.950
CHULETA DE CERDO	70	15.000	4.767	1.050.000	333.690
MEDALLONES CHAMPI	95	16.800	8.915	1.596.000	846.925
POLLO "STEAK & BONE"	80	16.000	4.202	1.280.000	336.160
CHURRASCO JUNIOR	30	9.800	2.673	294.000	80.190
BABY BEEF JUNIOR	60	11.000	4.157	660.000	249.420
POLLO "STEAK & BONE" J.	30	12.000	1.880	360.000	56.400
ENSALADA	500	3.000	528	1.500.000	264.000
CUAJADA DE LA CASA	300	4.500	2.305	1.350.000	691.500
POSTRE "STEAK & BONE"	300	4.500	1.230	1.350.000	369.000
LIMONADA NATURAL	400	1.500	7	600.000	2.800
AGUA EN BOTELLA	200	1.000	800	200.000	160.000
CERVEZA BARRIL	400	2.800	900	1.120.000	360.000
CERVEZA	200	2.500	800	500.000	160.000
GASEOSA	700	1.000	500	700.000	350.000
SEPTIEMBRE	3.900	5.246	1.946	20.460.000	7.590.240



PROYECCION DE VENTAS EN OCTUBRE DE 2003

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA UNIT.	COSTO DE VENTA UNIT.	VENTA TOTAL	COSTO TOTAL
NUMERO DE COMENSALES 820					
PUNTA DE ANCA	100	14.500	5.680	1.450.000	568.000
T-BONE STEAK	80	14.500	5.467	1.160.000	437.360
CHURRASCO	70	14.500	4.675	1.015.000	327.250
BABY BEEF	85	16.000	7.803	1.360.000	663.255
BROCHETA CON TOCINETA	50	16.000	11.220	800.000	561.000
COSTILLAS BBQ	60	13.000	4.992	780.000	299.520
SOBREBARRIGA PARRILLA	55	14.500	2.959	797.500	162.745
CHULETA DE CERDO	70	15.000	4.767	1.050.000	333.690
MEDALLONES CHAMPI	70	16.800	8.915	1.176.000	624.050
POLLO "STEAK & BONE"	80	16.000	4.202	1.280.000	336.160
CHURRASCO JUNIOR	20	9.800	2.673	196.000	53.460
BABY BEEF JUNIOR	40	11.000	4.157	440.000	166.280
POLLO "STEAK & BONE" J.	40	12.000	1.880	480.000	75.200
ENSALADA	500	3.000	528	1.500.000	264.000
CUAJADA DE LA CASA	300	4.500	2.305	1.350.000	691.500
POSTRE "STEAK & BONE"	250	4.500	1.230	1.125.000	307.500
LIMONADA NATURAL	400	1.500	7	600.000	2.800
AGUA EN BOTELLA	150	1.000	800	150.000	120.000
CERVEZA BARRIL	150	2.800	900	420.000	135.000
CERVEZA	200	2.500	800	500.000	160.000
GASEOSA	900	1.000	500	900.000	450.000
OCTUBRE	3.670	5.049	1.836	18.529.500	6.738.770



PROYECCION DE VENTAS EN NOVIEMBRE DE 2003

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA UNIT.	COSTO DE VENTA UNIT.	VENTA TOTAL	COSTO TOTAL
NUMERO DE COMENSALES 810					
PUNTA DE ANCA	90	14.500	5.680	1.305.000	511.200
T-BONE STEAK	70	14.500	5.467	1.015.000	382.690
CHURRASCO	60	14.500	4.675	870.000	280.500
BABY BEEF	70	16.000	7.803	1.120.000	546.210
BROCHETA CON TOCINETA	65	16.000	11.220	1.040.000	729.300
COSTILLAS BBQ	60	13.000	4.992	780.000	299.520
SOBREARRIGA PARRILLA	50	14.500	2.959	725.000	147.950
CHULETA DE CERDO	80	15.000	4.767	1.200.000	381.360
MEDALLONES CHAMPI	60	16.800	8.915	1.008.000	534.900
POLLO "STEAK & BONE"	80	16.000	4.202	1.280.000	336.160
CHURRASCO JUNIOR	35	9.800	2.673	343.000	93.555
BABY BEEF JUNIOR	30	11.000	4.157	330.000	124.710
POLLO "STEAK & BONE" J.	60	12.000	1.880	720.000	112.800
ENSALADA	400	3.000	528	1.200.000	211.200
CUAJADA DE LA CASA	400	4.500	2.305	1.800.000	922.000
POSTRE "STEAK & BONE"	150	4.500	1.230	675.000	184.500
LIMONADA NATURAL	350	1.500	7	525.000	2.450
AGUA EN BOTELLA	150	1.000	800	150.000	120.000
CERVEZA BARRIL	300	2.800	900	840.000	270.000
CERVEZA	150	2.500	800	375.000	120.000
GASEOSA	700	1.000	500	700.000	350.000
NOVIEMBRE	3.410	5.279	1.953	18.001.000	6.661.005





PROYECCION DE VENTAS EN DICIEMBRE DE 2003

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA UNIT.	COSTO DE VENTA UNIT.	VENTA TOTAL	COSTO TOTAL
NUMERO DE COMENSALES 815					
PUNTA DE ANCA	90	14.500	5.680	1.305.000	511.200
T-BONE STEAK	80	14.500	5.467	1.160.000	437.360
CHURRASCO	85	14.500	4.675	1.232.500	397.375
BABY BEEF	70	16.000	7.803	1.120.000	546.210
BROCHETA CON TOCINETA	80	16.000	11.220	1.280.000	897.600
COSTILLAS BBQ	60	13.000	4.992	780.000	299.520
SOBREBARRIGA PARRILLA	70	14.500	2.959	1.015.000	207.130
CHULETA DE CERDO	50	15.000	4.767	750.000	238.350
MEDALLONES CHAMPI	60	16.800	8.915	1.008.000	534.900
POLLO "STEAK & BONE"	70	16.000	4.202	1.120.000	294.140
CHURRASCO JUNIOR	30	9.800	2.673	294.000	80.190
BABY BEEF JUNIOR	30	11.000	4.157	330.000	124.710
POLLO "STEAK & BONE" J.	40	12.000	1.880	480.000	75.200
ENSALADA	400	3.000	528	1.200.000	211.200
CUAJADA DE LA CASA	500	4.500	2.305	2.250.000	1.152.500
POSTRE "STEAK & BONE"	200	4.500	1.230	900.000	246.000
LIMONADA NATURAL	300	1.500	7	450.000	2.100
AGUA EN BOTELLA	150	1.000	800	150.000	120.000
CERVEZA BARRIL	400	2.800	900	1.120.000	360.000
CERVEZA	200	2.500	800	500.000	160.000
GASEOSA	800	1.000	500	800.000	400.000
DICIEMBRE	3.765	5.111	1.938	19.244.500	7.295.685
TOTAL DEL PRIMER AÑO	9.395	65.747	24.064	211.734.000	77.527.750

PROYECCION DE VENTAS EN ENERO DE 2004

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA UNIT.	COSTO DE VENTA UNIT.	VENTA TOTAL	COSTO TOTAL
NUMERO DE COMENSALES	740				
PUNTA DE ANCA	90	15.225	5.964	1.370.250	536.760
T-BONE STEAK	60	15.225	5.740	913.500	344.421
CHURRASCO	50	15.225	4.909	761.250	245.438
BABY BEEF	70	16.800	8.193	1.176.000	573.521
BROCHETA CON TOCINETA	40	16.800	11.781	672.000	471.240
COSTILLAS BBQ	50	13.650	5.242	682.500	262.080
SOBREBARRIGA PARRILLA	70	15.225	3.107	1.065.750	217.487
CHULETA DE CERDO	80	15.750	5.005	1.260.000	400.428
MEDALLONES CHAMPI	70	17.640	9.361	1.234.800	655.253
POLLO "STEAK & BONE"	60	16.800	4.412	1.008.000	264.726
CHURRASCO JUNIOR	30	9.800	2.673	294.000	80.190
BABY BEEF JUNIOR	30	11.000	4.157	330.000	124.710
POLLO "STEAK & BONE" J.	40	12.000	1.880	480.000	75.200
ENSALADA	400	3.150	554	1.260.000	221.760
CUAJADA DE LA CASA	300	4.725	2.420	1.417.500	726.075
POSTRE "STEAK & BONE"	200	4.725	1.292	945.000	258.300
LIMONADA NATURAL	300	1.575	7	472.500	2.205
AGUA EN BOTELLA	200	1.050	840	210.000	168.000
CERVEZA BARRIL	200	2.940	945	588.000	189.000
CERVEZA	200	2.625	840	525.000	168.000
GASEOSA	700	1.050	525	735.000	367.500
enero segundo año	3.240	5.371	1.961	17.401.050	6.352.292



PROYECCION DE VENTAS SEGUNDO AÑO 2004

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA UNIT.	COSTO DE VENTA UNIT.	VENTA TOTAL	COSTO TOTAL
NUMERO DE COMENSALES	9.960				
PUNTA DE ANCA	1.000	15.225	5.964	15.225.000	5.964.000
T-BONE STEAK	980	15.225	5.740	14.920.500	5.625.543
CHURRASCO	950	15.225	4.909	14.463.750	4.663.313
BABY BEEF	800	16.800	8.193	13.440.000	6.554.520
BROCHETA CON TOCINETA	900	16.800	11.781	15.120.000	10.602.900
COSTILLAS BBQ	920	13.650	5.242	12.558.000	4.822.272
SOBREBARRIGA PARRILLA	610	15.225	3.107	9.287.250	1.895.240
CHULETA DE CERDO	720	15.750	5.005	11.340.000	3.603.852
MEDALLONES CHAMPI	800	17.640	9.361	14.112.000	7.488.600
POLLO "STEAK & BONE"	1.100	16.800	4.412	18.480.000	4.853.310
CHURRASCO JUNIOR	200	9.800	2.673	1.960.000	534.600
BABY BEEF JUNIOR	300	11.000	4.157	3.300.000	1.247.100
POLLO "STEAK & BONE" J.	700	12.000	1.880	8.400.000	1.316.000
ENSALADA	6.000	3.150	554	18.900.000	3.326.400
CUAJADA DE LA CASA	4.500	4.725	2.420	21.262.500	10.891.125
POSTRE "STEAK & BONE"	3.000	4.725	1.292	14.175.000	3.874.500
LIMONADA NATURAL	4.000	1.575	7	6.300.000	29.400
AGUA EN BOTELLA	2.000	1.050	840	2.100.000	1.680.000
CERVEZA BARRIL	3.500	2.940	945	10.290.000	3.307.500
CERVEZA	3.000	2.625	840	7.875.000	2.520.000
GASEOSA	7.500	1.050	525	7.875.000	3.937.500
segundo año	43.480	5.552	2.041	241.384.000	88.737.674



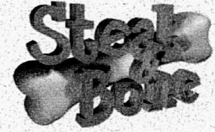


PROYECCION DE VENTAS TERCER AÑO DE 2005

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA UNIT.	COSTO DE VENTA UNIT.	VENTA TOTAL	COSTO TOTAL
NUMERO DE COMENSALES	10.390				
PUNTA DE ANCA	1.500	16.062	6.292	24.093.563	9.438.030
T-BONE STEAK	800	16.062	6.056	12.849.900	4.844.855
CHURRASCO	950	16.062	5.179	15.259.256	4.919.795
BABY BEEF	700	17.724	8.644	12.406.800	6.050.641
BROCHETA CON TOCINETA	900	17.724	12.429	15.951.600	11.186.060
COSTILLAS BBQ	800	14.401	5.530	11.520.600	4.423.910
SOBREBARRIGA PARRILLA	650	16.062	3.278	10.440.544	2.130.591
CHULETA DE CERDO	890	16.616	5.281	14.788.463	4.699.773
MEDALLONES CHAMPI	800	18.610	9.876	14.888.160	7.900.473
POLLO "STEAK & BONE"	900	17.724	4.655	15.951.600	4.189.289
CHURRASCO JUNIOR	400	10.339	2.820	4.135.600	1.128.006
BABY BEEF JUNIOR	500	11.605	4.386	5.802.500	2.192.818
POLLO "STEAK & BONE" J.	600	12.660	1.983	7.596.000	1.190.040
ENSALADA	5.000	3.323	585	16.616.250	2.924.460
CUAJADA DE LA CASA	5.000	4.985	2.553	24.924.375	12.766.819
POSTRE "STEAK & BONE"	3.500	4.985	1.363	17.447.063	4.768.864
LIMONADA NATURAL	4.000	1.662	8	6.646.500	31.017
AGUA EN BOTELLA	2.500	1.108	886	2.769.375	2.215.500
CERVEZA BARRIL	3.500	3.102	997	10.855.950	3.489.413
CERVEZA	3.000	2.769	886	8.308.125	2.658.600
GASEOSA	8.000	1.108	554	8.862.000	4.431.000
tercer año	44.890	5.839	2.174	262.114.223	97.579.953

PROYECCION DE VENTAS CUARTO AÑO DE 2006

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA UNIT.	COSTO DE VENTA UNIT.	VENTA TOTAL	COSTO TOTAL
NUMERO DE COMENSALES	11.440				
PUNTA DE ANCA	1.500	17.026	6.670	25.539.176	10.004.312
T-BONE STEAK	1.000	17.026	6.419	17.026.118	6.419.433
CHURRASCO	900	17.026	5.489	15.323.506	4.940.510
BABY BEEF	800	18.787	9.162	15.029.952	7.329.920
BROCHETA CON TOCINETA	900	18.787	13.175	16.908.696	11.857.223
COSTILLAS BBQ	700	15.265	5.862	10.685.357	4.103.177
SOBREBARRIGA PARRILLA	650	17.026	3.475	11.066.976	2.258.426
CHULETA DE CERDO	700	17.613	5.597	12.329.258	3.918.238
MEDALLONES CHAMPI	800	19.727	10.468	15.781.450	8.374.501
POLLO "STEAK & BONE"	1.200	18.787	4.934	22.544.928	5.920.862
CHURRASCO JUNIOR	600	10.959	2.989	6.575.604	1.793.530
BABY BEEF JUNIOR	890	12.301	4.649	10.948.157	4.137.408
POLLO "STEAK & BONE" J.	800	13.420	2.102	10.735.680	1.681.923
ENSALADA	5.000	3.523	620	17.613.225	3.099.928
CUAJADA DE LA CASA	5.000	5.284	2.707	26.419.838	13.532.828
POSTRE "STEAK & BONE"	3.500	5.284	1.444	18.493.886	5.054.996
LIMONADA NATURAL	4.000	1.761	8	7.045.290	32.878
AGUA EN BOTELLA	2.600	1.174	939	3.052.959	2.442.367
CERVEZA BARRIL	3.300	3.288	1.057	10.849.747	3.487.419
CERVEZA	3.000	2.936	939	8.806.613	2.818.116
GASEOSA	9.000	1.174	587	10.567.935	5.283.968
cuarto año	46.840	6.263	2.316	293.344.348	108.491.961



PRODUCTO

PUNTA DE ANCA	100	14.500	1.450.000
T-BONE STEAK	80	14.500	1.160.000
CHURRASCO	60	14.500	870.000
BABY BEEF	70	16.000	1.120.000
BROCHETA CON TOCINETA	80	16.000	1.280.000
COSTILLAS BBQ	85	13.000	1.105.000
SOBREBARRIGA PARRILLA	50	14.500	725.000
CHULETA DE CERDO	80	15.000	1.200.000
MEDALLONES CHAMPI	75	16.800	1.260.000
POLLO "STEAK & BONE"	130	16.000	2.080.000
CHURRASCO JUNIOR	30	9.800	2.673
BABY BEEF JUNIOR	40	11.000	4.157
POLLO "STEAK & BONE" J.	60	12.000	1.880
ENSALADA	400	3.000	1.200.000
CUAJADA DE LA CASA	400	4.500	1.800.000
POSTRE "STEAK & BONE"	150	4.500	675.000
LIMONADA NATURAL	350	1.500	525.000
AGUA EN BOTELLA	150	1.000	150.000
CERVEZA BARRIL	300	2.800	840.000
CERVEZA	150	2.500	375.000
GASEOSA	700	1.000	700.000
	3.540		18.523.710
TOTAL DE PROMEDIO PONDERADO PARA EL PRIMER AÑO			5.233
TOTAL DE PROMEDIO PONDERADO PARA EL SEGUNDO AÑO			5.494
TOTAL DE PROMEDIO PONDERADO PARA EL TERCER AÑO			8.516
TOTAL DE PROMEDIO PONDERADO PARA EL CUARTO AÑO			13.626



CARGO	# EMPLEADOS	SUELDO TURNO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	TOTAL
ADMINISTRADOR	1	\$	1.000.000,00	\$ 12.000.000,00	\$ 12.000.000,00
CONTADOR	1	\$	300.000,00	\$ 3.600.000,00	\$ 3.600.000,00
	2	\$	1.300.000,00	\$ 15.600.000,00	\$ 15.600.000,00
ENTRENADOR	2	\$	200.000,00	\$ 2.400.000,00	\$ 4.800.000,00
ASISTENTE ENT.	2	\$	160.000,00	\$ 1.920.000,00	\$ 3.840.000,00
CAJERO	1	\$	160.000,00	\$ 1.920.000,00	\$ 1.920.000,00
HOSTESS	1	\$	160.000,00	\$ 1.920.000,00	\$ 1.920.000,00
MESEROS	5	\$	160.000,00	\$ 1.920.000,00	\$ 9.600.000,00
SEGURIDAD/ASEO	2	\$	250.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 6.000.000,00
	13	\$	105.000,00	\$ 1.365.000,00	\$ 13.080.000,00
PARRILLERO	2	\$	600.000,00	\$ 7.200.000,00	\$ 14.400.000,00
BARMAN	1	\$	160.000,00	\$ 1.920.000,00	\$ 1.920.000,00
COCINERO	1	\$	160.000,00	\$ 1.920.000,00	\$ 1.920.000,00
ASISTENTE COC.	2	\$	120.000,00	\$ 1.440.000,00	\$ 2.880.000,00
STEWWARD	1	\$	80.000,00	\$ 960.000,00	\$ 960.000,00
	7	\$	65.000,00	\$ 1.120.000,00	\$ 7.680.000,00
	22	\$	170.000,00	\$ 3.510.000,00	\$ 42.120.000,00
				\$ 42.120.000,00	\$ 65.760.000,00



DOTACION	DOTACION POR PERSONA		VALOR UNITARIO	TOTAL DOTACION
	# EMPLEADOS	PERSONA		
MESEROS	5	2	\$ 8.000,00	\$ 80.000,00
BARMAN	1	2	\$ 8.000,00	\$ 16.000,00
PARRILLERO	2	2	\$ 8.000,00	\$ 32.000,00
COCINERO	1	2	\$ 8.000,00	\$ 16.000,00
ASISTENTE COC.	2	2	\$ 8.000,00	\$ 32.000,00
STEWARD	1	2	\$ 8.000,00	\$ 16.000,00
ENTRENADOR	2	2	\$ 8.000,00	\$ 32.000,00
ASISTENTE ENT.	2	2	\$ 8.000,00	\$ 32.000,00
SEGURIDAD/ASEO	2	2	\$ 8.000,00	\$ 32.000,00
TOTAL	18	18	\$	\$ 288.000,00





SERVICIOS PUBLICOS

DETALLE	VR. MENSUAL	PRODUCCION	ADMINISTRACION	TOTAL
GAS	\$ 30.000,00	\$ 360.000,00	\$ -	\$ 360.000,00
ENERGIA	\$ 50.000,00		\$ 600.000,00	\$ 600.000,00
COMUNICACIONES	\$ 70.000,00		\$ 840.000,00	\$ 840.000,00
ACUEDUCTO	\$ 210.000,00	\$ 2.400.000,00	\$ 120.000,00	\$ 2.520.000,00

DETALLE DE OTROS GASTOS

DETALLE	VR. MENSUAL	PRODUCCION	ADMINISTRACION	TOTAL
ESPONJILLAS	\$ 7.000,00	\$ 58.800,00	\$ 25.200,00	\$ 84.000,00
TRAPOS/LIMPIONES	\$ 15.000,00	\$ 108.000,00	\$ 72.000,00	\$ 180.000,00
JABON MANOS	\$ 12.000,00		\$ 144.000,00	\$ 144.000,00
JABON PLATOS	\$ 11.000,00	\$ 11.000,00		\$ 11.000,00
DESINFECTANTES	\$ 100.000,00	\$ 960.000,00	\$ 240.000,00	\$ 1.200.000,00
AMBIENTADORES	\$ 20.000,00		\$ 240.000,00	\$ 240.000,00
CARBON	\$ 72.000,00	\$ 72.000,00		\$ 864.000,00
ESCOBAS	\$ 9.000,00	\$ 72.000,00	\$ 36.000,00	\$ 108.000,00
BOMBILLOS	\$ 15.000,00	\$ 45.000,00	\$ 135.000,00	\$ 180.000,00
BOLSA BASURA PEQUEÑA	\$ 2.500,00		\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
BOLSA BASURA GRANDE	\$ 10.000,00		\$ 120.000,00	\$ 120.000,00
TRAPEADOR	\$ 15.000,00		\$ 180.000,00	\$ 180.000,00
TOTAL	\$ 288.500,00	\$ 1.326.800,00	\$ 1.222.200,00	\$ 3.341.000,00
PAPEL HIGIENICO	\$ 80.000,00		\$ 960.000,00	\$ 960.000,00
SERVILLETAS	\$ 135.000,00		\$ 1.620.000,00	\$ 1.620.000,00
CAJAS ICOPOR	\$ 100.000,00		\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00
VASOS DESECHABLES	\$ 30.000,00		\$ 360.000,00	\$ 360.000,00
VELAS	\$ 24.000,00		\$ 288.000,00	\$ 288.000,00
TOTAL				\$ 4.140.000,00
ACCESORIOS NO DEPREC.	CANTIDAD	VR. UNITARIO		VR. TOTAL
SALEROS	35	\$ 1.500		\$ 52.500
PIMENTEROS	35	\$ 1.500		\$ 52.500
SALSERAS	120	\$ 4.000		\$ 480.000
TARROS	15	\$ 1.300		\$ 19.500
ABRELATAS	2	\$ 3.000		\$ 6.000
DESTAPADOR	3	\$ 2.000		\$ 6.000
SACACORCHOS	3	\$ 3.000		\$ 9.000
TOTAL				\$ 625.500
TOTAL				\$ 3.966.500,00

ARRIENDO

DETALLE	VR. MENSUAL	PRODUCCION	ADMINISTRACION	TOTAL
ARRIENDO LOCAL	\$ 1.750.000,00	\$ 15.000.000,00	\$ 6.000.000,00	\$ 21.000.000,00
ARRIENDO EQ.DE COC.	\$ 250.000,00	\$ 3.000.000,00		\$ 3.000.000,00
TOTAL ARRIENDO	\$ 2.000.000,00			\$ 24.000.000,00
SEGURO	\$ 41.666,67			\$ 500.000,00
TOTAL ARRIENDO/SEGURO	\$ 2.041.666,67			\$ 24.500.000,00



GASTOS PUBLICIDAD

DETALLE	VR. PUBLICACION	VR. MENSUAL	VR. ANUAL	TOTAL
AVISO ENTRADA			\$ 3.000.000,00	
PRENSA	\$ 3.580.000,00	\$ 3.580.000,00	\$ 3.580.000,00	
PLEGABLES			\$ 420.000,00	
				\$ 7.000.000,00

GASTOS PAPELERIA

DETALLE	VR.COMPRA	VR. MENSUAL	VR. ANUAL
CD's	\$ 1.000,00	\$ 15.000,00	\$ 180.000,00
COMANDAS	\$ 22.000,00	\$ 22.000,00	\$ 264.000,00
FACTURAS	\$ 22.000,00	\$ 22.000,00	\$ 264.000,00
ESFEROS	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 96.000,00
TINTA IMPRESORA	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 600.000,00
PAPEL BOND	\$ 16.000,00	\$ 16.000,00	\$ 192.000,00
PAPEL REGISTRADORA	\$ 28.000,00	\$ 28.000,00	\$ 336.000,00
		TOTAL	\$ 1.932.000

DEPRECIACION Y MANTENIMIENTO DE EQUIPOS

DETALLE	VR.COMPRA	DEPRECIAC.	MANTEN./TO	SEGUROS MENSUAL
COMPUTADORES	\$ 2.500.000,00	\$ 625.000,00	\$ 100.000,00	\$ 16.250,00
REGISTRADORA	\$ 180.000,00	\$ 36.000,00	\$ 50.000,00	\$ 1.170,00
EQUIPO DE SONIDO	\$ 400.000,00	\$ 80.000,00	\$ 20.000,00	\$ 2.600,00
TELEFONOS	\$ 50.000,00	\$ 10.000,00	\$ -	\$ 325,00
TELEVISOR 21"	\$ 500.000,00	\$ 100.000,00	\$ -	\$ 3.250,00
TOTAL		851.000		\$ 23.595,00
MENAJE COCINA	\$ 4.324.800,00	\$ 864.960,00	\$ -	\$ 28.111,20

COCINA

ACCESORIOS DEPREC.	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL
Cubiertos cocina	30	\$ 5.000	\$ 150.000
Platos grandes	300	\$ 1.805	\$ 541.500
Platos medianos	300	\$ 875	\$ 262.500
Ollas	3	\$ 30.000	\$ 90.000
Cubiertos comedor	440	\$ 3.000	\$ 1.320.000
Tablas madera	440	\$ 2.500	\$ 1.100.000
Bandejas para servir	10	\$ 6.000	\$ 60.000
Licuadora	2	\$ 60.000	\$ 120.000
Juego cuchillos cocina	2	\$ 30.000	\$ 60.000
Pesa	1	\$ 23.000	\$ 23.000
		TOTAL	\$ 3.727.000



BARRA

ACCESORIOS DEPRECIABLES	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL
Vasos altos	300	\$ 600	\$ 180.000
Vasos bajos	300	\$ 830	\$ 249.000
Jarra	35	\$ 4.000	\$ 140.000
Ceniceros	40	\$ 720	\$ 28.800
		TOTAL	597.800

CAJA/ADMN

ACCESORIOS	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL
Datáfono	2	\$ -	\$ -
Computador	2	\$ 1.250.000	\$ 2.500.000
Registradora	1	\$ 180.000	\$ 180.000
Equipo de sonido	1	\$ 400.000	\$ 400.000
Televisor 21"	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Teléfonos	2	\$ 25.000	\$ 50.000
		TOTAL	\$ 3.630.000

**GASTOS PREOPERATIVOS - AREA
CANINA**

ACCESORIOS	CANTIDAD	VR.UNITARIO	VR. TOTAL
Comedero aluminio grande	10	\$ 25.948	\$ 259.480
Comedero aluminio mediano	10	\$ 14.050	\$ 140.500
Comedero aluminio pequeño	10	\$ 12.527	\$ 125.270
Malla perro ¼ x 36x1.50	3 rollo	\$ 54.621	\$ 163.863
Gravilla	5 Bultos (20 kilos C/U)	\$ 5.000	\$ 25.000
Arena	5 Bultos (20 kilos C/U)	\$ 5.000	\$ 25.000
Tubos metálicos	70	\$ 8.000	\$ 560.000
Pista de Agility	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
		TOTAL	\$ 3.299.113



CONSTITUCION Y FORMALIZACION DE UNA EMPRESA EN COLOMBIA

TRAMITE	VALOR
MINUTA	\$ -
ESCRITURA PUBLICA	\$ 44.900,00
MATRICULA DE LA SOCIEDAD	\$ -
MATRICULA MERCANTIL	\$ 98.000,00
ARP	\$ -
EPS	\$ -
PENSIONES Y CESANTIAS	\$ -
INSCRPCION PATRONAL ANTE CDCF	\$ -
R.U.T.	\$ -
SOLICITUD DE NIT	\$ -
REGIMEN SIMPLIFICADO	\$ -
PATENTES REGISTROS DE P.I.	\$ 378.000,00
REGISTRO DE M. DE P. Y S. Y L.M.	\$ 378.000,00
MATRICULA SANITARIA	\$ 440.000,00
INVIMA	\$ -
SAYCO Y ACINPRO	\$ 30.000,00
TOTAL	\$ 1.368.900,00

OTROS GASTOS FINANCIEROS	VALOR
CHEQUERA	\$ 60.000,00

7. ASPECTOS LEGALES

7.1 MINUTA DE CONSTITUCIÓN

CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD LIMITADA

En la ciudad de Bogotá departamento de Cundinamarca, República de Colombia, a los 23 días del mes de Septiembre de 2002, ante mi Notario, del Círculo de, comparecieron Adriana Gómez Meñaca, Carolina González y Angela María Zárate todos mayores de edad y domiciliados en Bogotá, identificados como la cédula de ciudadanía número 52.548.089 de Bogotá 52.819.985 de Bogotá y 52.389.602 de Bogotá, en su orden, quienes manifestaron que por medio del presente instrumento público han decidido constituir una sociedad limitada la cual se regirá por los siguientes:

Estatutos

CAPÍTULO I

La Sociedad en General.

ART. 1º—Son socios de la compañía comercial que por esta escritura se constituye, los señores ADRIANA GOMEZ MEÑACA, CAROLINA GONZALEZ y ANGELA MARIA ZARATE, identificados con las cédulas de ciudadanía N° 52.548.089 de Bogotá 52.819.985 de Bogotá y 52.389.602 de Bogotá, en su orden, todos de nacionalidad colombiana.

ART. 2º—La sociedad será de responsabilidad limitada y girará bajo la razón social (o denominación) de “**STEAK & BONE LIMITADA**”.

ART. 3º—El domicilio de la sociedad será en el municipio de Tabio, pero podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la junta general de socios y con arreglo a la ley.

ART. 4º—La sociedad tendrá como objeto social la prestación de servicios de restaurante, lo cual incluye comercialización y transformación de alimentos para la venta al público, así como la prestación del servicio de esparcimiento, alimentación y entrenamiento de mascotas de los clientes y todas las actividades conexas necesarias para el desarrollo del objeto social principal.

ART. 5º—La sociedad tendrá un capital de \$ 15.000.000, representado en 3 cuotas de un valor igual de 5.000.000, cada una. Este capital ha sido suscrito y pagado en su integridad así: A) La suma de cinco millones de pesos (\$5.000.000,00) que es aportada por ADRIANA GOMEZ MEÑACA a la firma de la presente escritura en dinero efectivo. B) La suma de cinco millones de pesos (\$5.000.000,00) que es aportada por CAROLINA GONZALEZ a la firma de la

presente escritura en dinero efectivo. C) La suma de cinco millones de pesos (\$5.000.000,00) que es aportada por ANGELA MARIA ZARATE a la firma de la presente escritura en dinero efectivo.

ART. 6º—La responsabilidad de los socios queda limitada al valor de sus aportes.

ART. 7º—La sociedad llevará un libro de registro de socios, registrado en la cámara de comercio, en el que se anotarán el nombre, nacionalidad, domicilio, documento de identificación y número de cuotas que cada uno posea, así como los embargos, gravámenes y cesiones que se hubieren efectuado, aun por vía de remate.

ART. 8º—Los socios tendrán derecho a ceder sus cuotas, lo que implicará una reforma estatutaria y de consiguiente se hará por escritura pública, previa aprobación de la junta de socios (y autorización de la Superintendencia de Sociedades, si la sociedad va a estar o está sometida a su vigilancia). La escritura será otorgada por el representante legal de la compañía, el cedente y el cesionario.

ART. 9º—El socio que pretenda ceder sus cuotas las ofrecerá a los demás socios por conducto del representante legal de la compañía, quien les dará traslado inmediatamente y por escrito a fin de que dentro de los quince días hábiles siguientes al traslado manifiesten si tienen interés en adquirirlas. Transcurrido este lapso los socios que acepten la oferta tendrán derecho a tomarlas a prorrata de las cuotas que posean. En caso de que alguno o algunos no las tomen, su derecho acrecerá a los demás, también a prorrata. El precio, el plazo y las demás condiciones de la cesión se expresarán en la oferta.

ART. 10.—Si los socios interesados en adquirir las cuotas discreparen respecto del precio o del plazo, se designarán peritos, conforme al procedimiento que indique la ley para que fijen uno u otro. El justiprecio y el plazo determinados serán obligatorios para las partes. Sin embargo, éstas podrán convenir en que las condiciones de la oferta sean definitivas si fueren más favorables a los presuntos cesionarios que las fijadas por los peritos.

ART. 11.—Si ningún socio manifiesta interés en adquirir las cuotas dentro del plazo señalado en el artículo 9º, ni se obtiene el voto de la mayoría del CINCUENTA Y UNO POR CIENTO (51 %) de las cuotas en que se divide el capital social para el ingreso de un extraño, la sociedad presentará por conducto de su representante legal, dentro de los sesenta días hábiles siguientes a la petición del cedente, una o más personas que las adquieran, aplicando para el caso las normas que antes se han expresado. Si dentro de los veinte días hábiles siguientes no se perfecciona la cesión, los socios optarán por decretar la disolución de la sociedad o la exclusión del socio interesado en ceder las cuotas, las que se liquidarán en la forma indicada en los artículos anteriores.

CAPÍTULO II

Dirección y administración de la sociedad

ART. 12.—La dirección y administración de la sociedad estarán a cargo de los siguientes órganos: a) La junta general de socios, y b) el gerente. La sociedad también podrá tener un revisor fiscal, cuando así lo dispusiere cualquier número de socios excluidos de la administración que representen no menos del veinte por ciento (20%) del capital.

CAPÍTULO III

Junta General de Socios

ART. 13.—La junta general de socios la integran los socios reunidos con el quórum y en las demás condiciones establecidas en estos estatutos. Sus reuniones serán ordinarias y extraordinarias. Las ordinarias se celebrarán dentro de los tres primeros meses siguientes al vencimiento del ejercicio social, por convocatoria del gerente, hecha mediante comunicación por escrito dirigida a cada uno de los socios con quince días hábiles de anticipación, por lo menos. Si convocada la junta ésta no se reuniere, o si la convocatoria no se hiciera con la anticipación indicada, entonces se reunirá por derecho propio el primer día hábil del mes de abril, a las 10 a.m., en las oficinas de la administración del domicilio principal.

ART. 14.—Las reuniones ordinarias tendrán por objeto examinar la situación de la sociedad, designar los administradores y demás funcionarios de su elección, determinar las directrices económicas de la compañía, considerar las cuentas y balances del último ejercicio, resolver sobre la distribución de utilidades y acordar todas las providencias necesarias para asegurar el cumplimiento del objeto social. Las reuniones extraordinarias se efectuarán cuando las necesidades imprevistas o urgentes de la compañía así lo exijan, por convocatoria del gerente (y del revisor fiscal, si lo hubiere) o a solicitud de un número de socios representantes de la cuarta parte por lo menos del capital social. La convocatoria para las reuniones extraordinarias se hará en la misma forma que para las ordinarias, pero con una anticipación de cinco días comunes a menos que en ellas hayan de aprobarse cuentas y balances generales de fin de ejercicio, pues entonces la convocatoria se hará con la misma anticipación prevista para las ordinarias.

ART. 15.—Las reuniones de la junta general de socios se efectuarán en el domicilio social. Sin embargo, podrá reunirse válidamente cualquier día y en cualquier lugar sin previa convocación, cuando se hallare representada la totalidad de las cuotas que integran el capital social.

ART. 16.—Con el aviso de convocatoria para las reuniones extraordinarias se especificarán los asuntos sobre los que se deliberará y decidirá, sin que puedan tratarse temas distintos, a menos que así lo disponga el CIEN POR CIENTO (100 %) de las cuotas representadas, una vez agotado el orden del

día. En todo caso, podrá remover a los administradores y demás funcionarios cuya designación les corresponda.

ART. 17.—Si se convoca la junta general de socios y la reunión no se efectúa por falta de quórum, se citará a una nueva reunión que sesionará y decidirá válidamente con un número plural de socios, cualquiera que sea la cantidad de cuotas que esté representada. La nueva reunión deberá efectuarse no antes de los diez días hábiles ni después de los treinta días, también hábiles, contados desde la fecha fijada para la primera reunión. Cuando la junta se reúna en sesión ordinaria por derecho propio el primer día hábil del mes de abril también podrá deliberar y decidir válidamente en los términos anteriores. En todo caso, las reformas estatutarias se adoptarán con la mayoría requerida por la ley o por estos estatutos, cuando así la misma ley lo dispusiere.

ART. 18.—Habrá quórum para deliberar tanto en las sesiones ordinarias como en las extraordinarias con un número plural de socios que representen CINCUENTA Y UNO POR CIENTO (51%) de las cuotas en que se encuentra dividido el capital social, salvo que la ley o los estatutos establezcan otra cosa. Con la misma salvedad, las reformas estatutarias se adoptarán con el voto favorable de un número plural de socios que representen CIEN POR CIENTO (100%) de las cuotas correspondientes al capital social. Para estos efectos, cada cuota dará derecho a un voto, sin restricción alguna. En las votaciones para integrar una misma junta o cuerpo colegiado, se dará aplicación al cociente electoral.

ART. 19.—Todo socio podrá hacerse representar en las reuniones de la junta general de socios mediante poder otorgado por escrito, en el que se indique el nombre del apoderado, la persona en quien éste puede sustituirlo y la fecha de la reunión para la cual se confiere, así como los demás requisitos señalados en los estatutos. El poder otorgado podrá comprender dos o más reuniones de la junta general de socios.

ART. 20.—Las decisiones de la junta general de socios se harán constar en actas aprobadas por la misma, o por las personas que se designen en la reunión para tal efecto, y firmadas por el presidente y el secretario de la misma, en las cuales deberá indicarse su número, el lugar, la fecha y hora de la reunión; el número de cuotas en que se divide el capital, la forma y la antelación de la convocatoria; la lista de los asistentes, con indicación del número de cuotas propias o ajenas que representen; los asuntos tratados; las decisiones adoptadas y el número de votos emitidos en favor, en contra o en blanco; las constancias escritas presentadas por los asistentes durante la reunión; las designaciones efectuadas, y la fecha y hora de su clausura.

ART. 21.—Son funciones de la junta general de socios:

- a) Estudiar y aprobar las reformas de estatutos;
- b) Examinar, aprobar o improbar los balances de fin de ejercicio y las cuentas que deben rendir los administradores;
- c) Disponer de las utilidades sociales conforme a lo previsto en estos estatutos y en la ley;

- d) Elegir y remover libremente al gerente y a su suplente, así como fijar la remuneración del primero;
- e) Elegir, remover libremente y fijar la remuneración que corresponda a los demás funcionarios de su elección;
- f) Considerar los informes que debe presentar el gerente en las reuniones ordinarias y cuando la misma junta se los solicite;
- g) Constituir las reservas que deba hacer la sociedad e indicar su inversión provisional;
- h) Resolver sobre todo lo relativo a la cesión de cuotas, así como a la admisión de nuevos socios;
- i) Decidir sobre el registro y exclusión de socios;
- j) Ordenar las acciones que correspondan contra los administradores de los bienes sociales, el representante legal, el revisor fiscal (si lo hubiere), o contra cualquiera otra persona que hubiere incumplido sus obligaciones u ocasionado daños o perjuicios a la sociedad;
- k) Autorizar la solicitud de celebración de concordato preventivo potestativo;
- l) Constituir apoderados extrajudiciales, precisándoles sus facultades; y
- ll) Las demás que le asignen las leyes y estos estatutos.

CAPÍTULO IV

Gerente

ART. 22.—La sociedad tendrá un gerente de libre nombramiento y remoción de la junta general de socios, el cual tendrá un suplente (o dos, según lo quieran los interesados), que lo reemplazará en sus faltas absolutas, temporales o accidentales y cuya designación y remoción corresponderá también a la junta. El gerente tendrá un período de DOS (2) años, sin perjuicio de que pueda ser reelegido indefinidamente o removido en cualquier tiempo.

ART. 23.—El gerente es el representante legal de la sociedad, con facultades, por lo tanto, para ejecutar todos los actos y contratos acordes con la naturaleza de su encargo y que se relacionen directamente con el giro ordinario de los negocios sociales. En especial, el gerente tendrá las siguientes funciones:

- a) Usar de la firma o razón social;
- b) Designar al secretario de la compañía, que lo será también de la junta general de socios;
- c) Designar los empleados que requiera el normal funcionamiento de la compañía y señalarles su remuneración, excepto cuando se trate de aquellos que por ley o por estos estatutos deban ser designados por la junta general de socios;
- d) Presentar un informe de su gestión a la junta general de socios en sus reuniones ordinarias y el balance general de fin de ejercicio con un proyecto de distribución de utilidades;
- e) Convocar a la junta general de socios a reuniones ordinarias y extraordinarias;

- f) Nombrar los árbitros que correspondan a la sociedad en virtud de compromisos, cuando así lo autorice la junta general de socios, y de la cláusula compromisoria que en estos estatutos se pacta; y
- g) Constituir los apoderados judiciales necesarios para la defensa de los intereses sociales.

PAR.—El gerente requerirá autorización previa de la junta general de socios para la ejecución de todo acto o contrato que exceda de CINCO SALARIOS MINIMOS LEGALES MENSUALES VIGENTES (5 S.M.L.M.V).

CAPÍTULO V

Secretario

ART. 24.—Corresponderá al Gerente llevar los libros de registro de socios y de actas de la junta general de socios y de actas de la junta general de socios y tendrá, además, las funciones adicionales que le encomienden la misma junta.

CAPÍTULO VI

Inventario, balance y reserva legal

ART. 25.—Anualmente, el 31 de diciembre, se cortarán las cuentas y se harán el inventario y el balance general de fin de ejercicio que, junto con el respectivo estado de pérdidas y ganancias, el informe del gerente y un proyecto de distribución de utilidades, se presentará por éste a la consideración de la junta general de socios. Para determinar los resultados definitivos de las operaciones realizadas en el correspondiente ejercicio será necesario que se hayan apropiado previamente, de acuerdo con las leyes y con las normas de contabilidad, las partidas necesarias para atender el deprecio, desvalorización y garantía del patrimonio social.

ART. 26.—La sociedad formará una reserva legal con el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de cada ejercicio, hasta completar el cincuenta por ciento (50%) del capital social. En caso de que este último porcentaje disminuyere por cualquier causa, la sociedad deberá seguir apropiando el mismo diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de los ejercicios siguientes hasta cuando la reserva legal alcance nuevamente el límite fijado.

ART. 27.—La junta general de socios podrá constituir reservas ocasionales, siempre que tengan una destinación específica y estén debidamente justificadas. Antes de formar cualquier reserva, se harán las apropiaciones necesarias para atender el pago de impuestos. Hechas las deducciones por este concepto y las reservas que acuerde la junta general de socios, incluida la reserva legal, el remanente de las utilidades líquidas se repartirá entre los socios en proporción a las cuotas que poseen.

ART. 28.—En caso de pérdidas, éstas se enjugarán con las reservas que se hayan constituido para ese fin y, en su defecto, con la reserva legal. Las reservas cuya finalidad fuere la de absolver determinadas pérdidas no se podrán emplear para cubrir otras distintas, salvo que así lo decida la junta general de socios. Si la reserva legal fuere insuficiente para enjugar el déficit de

capital, se aplicarán a este fin los beneficios sociales de los ejercicios siguientes.

CAPÍTULO VII

Disolución y liquidación

ART. 29.—La sociedad durará por el término de diez (10) años, contados desde la fecha de esta escritura y se disolverá por las siguientes causales:

- a) Por vencimiento del término de su duración. Si antes no fuere prorrogado válidamente;
- b) Por la imposibilidad de desarrollar la empresa social, por la terminación de la misma o por la extinción de la cosa o cosas cuya explotación constituye su objeto;
- c) Por aumento del número de socios a más de veinticinco;
- d) Por la iniciación del trámite de liquidación obligatoria de la sociedad;
- e) Por decisión de la junta general de socios, adoptada conforme a las reglas dadas para las reformas estatutarias y a las prescripciones de la ley;
- f) Por decisión de autoridad competente en los casos expresamente previstos en la ley;
- g) Por ocurrencia de pérdidas que reduzcan el capital por debajo del cincuenta por ciento (50%), y
- h) Por las demás causales señaladas en la ley.

PAR.—La sociedad continuará (salvo estipulación en contrario) con los herederos del socio difunto en la forma como lo prescribe la ley.

ART. 30.—En los casos previstos en el Código de Comercio, podrá evitarse la disolución de la sociedad adoptando las modificaciones que sean del caso, según la causal ocurrida, con observancia de las reglas establecidas para las reformas de estatutos, a condición de que el acuerdo se formalice dentro de los seis meses siguientes a la ocurrencia de la causal.

ART. 31.—Disuelta la sociedad, se procederá de inmediato a su liquidación, en la forma indicada en la ley. En consecuencia, no podrá iniciar nuevas operaciones en desarrollo de su objeto y conservará su capacidad jurídica únicamente para los actos necesarios a la inmediata liquidación. El nombre de la sociedad (o su razón social, según el caso), una vez disuelta, se adicionará con la expresión “en liquidación”. Su omisión hará incurrir a los encargados de adelantar el proceso liquidatorio en las responsabilidades establecidas en la ley.

ART. 32.—La liquidación del patrimonio social se hará por un liquidador o por varios liquidadores nombrados por la junta general de socios. Por cada liquidador se nombrará un suplente. El nombramiento se inscribirá en el registro público de comercio. Si la junta no nombra liquidador o liquidadores, la liquidación la hará la persona que figure inscrita como representante legal de la sociedad en el registro de comercio y será su suplente quien figure como tal en el mismo registro. No obstante lo anterior, podrá hacerse la liquidación por los mismos socios, si así lo acuerdan ellos unánimemente. Quien administre

bienes de la sociedad y sea designado liquidador no podrá ejercer el cargo sin que previamente se aprueben las cuentas de su gestión por la junta general de socios. Por tanto, si transcurridos treinta días hábiles desde la fecha en que se designó liquidador, no se hubieren aprobado las mencionadas cuentas, se procederá a nombrar nuevo liquidador.

ART. 33.—Los liquidadores deberán informar a los acreedores sociales del estado de liquidación en que se encuentra la sociedad, una vez disuelta, mediante aviso que se publicará en un periódico que circule regularmente en el lugar del domicilio social y que se fijará en lugar visible de las oficinas y establecimientos de comercio de la sociedad. Además, tendrán los deberes y funciones adicionales que determine la ley.

ART. 34.—Durante el período de liquidación la junta general de socios se reunirá en las fechas indicadas en los estatutos para las sesiones ordinarias y, así mismo, cuando sea convocada por los liquidadores (y por el revisor fiscal si lo hubiere).

ART. 35.—Mientras no se haya cancelado el pasivo externo de la sociedad, no podrá distribuirse suma alguna a los socios, pero podrá distribuirse entre ellos la parte de los activos que exceda el doble del pasivo inventariado y no cancelado al momento de hacerse la distribución.

ART. 36.—El pago de las obligaciones sociales se hará observando las disposiciones legales sobre prelación de créditos. Cuando haya obligaciones condicionales se hará una reserva adecuada en poder de los liquidadores para atender dichas obligaciones si llegaren a hacerse exigibles, la que se distribuirá entre los socios en caso contrario.

ART. 37.—Pagado el pasivo externo de la sociedad se distribuirá el remanente de los activos sociales entre los socios a prorrata de sus aportes. La distribución se hará constar en acta en que se exprese el nombre de los socios, el valor de sus correspondientes cuotas y la suma de dinero o los bienes que reciba cada uno a título de liquidación. La junta general de socios podrá aprobar la adjudicación de bienes en especie a los socios con el voto de un número plural de socios que represente CIENTO POR CIENTO (100%) de las cuotas en que se divide el capital social. El acta se protocolizará en una notaría del domicilio principal.

ART. 38.—Hecha la liquidación de lo que a cada uno de los socios corresponda, los liquidadores convocarán a la junta general de socios, para que apruebe las cuentas y el acta a que se refiere el artículo anterior. Estas decisiones podrán adoptarse con el voto favorable de la mayoría de los socios que concurren, cualquiera que sea el valor de las cuotas que representen en la sociedad. Si hecha debidamente la convocatoria no concurre ningún socio, los liquidadores convocarán en la misma forma a una segunda reunión, para dentro de los diez días hábiles siguientes; si a dicha reunión tampoco concurre ninguno, se tendrán por aprobadas las cuentas de los liquidadores, las cuales no podrán ser posteriormente impugnadas.

ART. 39.—Aprobada la cuenta final de la liquidación, se entregará a los socios lo que les corresponda, y si hay ausentes o son numerosos, los liquidadores los citarán por medio de avisos que se publicarán por lo menos tres veces, con intervalo de ocho a diez días hábiles, en un periódico que circule en el lugar del domicilio social. Hecha la citación anterior y transcurridos diez días hábiles después de la última publicación, los liquidadores entregarán a la junta departamental de beneficencia del lugar del domicilio social y, a falta de ésta en dicho lugar, a la que funcione en el lugar más cercano, los bienes que correspondan a los socios que no se hayan presentado a recibirlos, quienes sólo podrán reclamar su entrega dentro del año siguiente, transcurrido el cual los bienes pasarán a ser de propiedad de la entidad de beneficencia, para lo cual el liquidador entregará los documentos de traspaso a que haya lugar.

CAPÍTULO VIII

Disposiciones finales

ART. 40.—Toda diferencia o controversia relativa a este contrato y a su ejecución y liquidación, se someterá a la decisión de árbitros de acuerdo con el Decreto 2279 de 1989, Ley 446 de 1998, Decreto 1818 de 1998 y demás disposiciones complementarias, de acuerdo con las siguientes reglas: a) El tribunal serán en derecho; b) El tribunal estará integrado por tres árbitros, salvo que el asunto a debatir sea de menor cuantía caso en el cual el arbitro será solo uno; c) La organización interna del tribunal se sujetará a las reglas previstas por la Cámara de Comercio de Bogotá.; d) El tribunal funcionará en la ciudad de Bogotá.

Socios: _____

Notario: _____

FORMULARIO ADICIONAL DE REGISTRO PARA FINES TRIBUTARIOS

Cámara: No. matrícula / Inscripción ESAL:

(Para uso exclusivo de la Cámara de Comercio de Bogotá)

1. Asignación:

2. Actualización:

I. Datos básicos

3. NIT: — DV (Sólo se diligencia para actualizaciones)

4. Nombre o razón social: RESTAURANTE STEAK & BONE

II. Solicitud de inscripción al Registro Único Tributario, RUT, de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. DIAN

5. ¿Es contribuyente? SÍ NO

6. Registro nacional de vendedores (impuesto sobre las ventas)
Régimen común Régimen simplificado

III. Solicitud de inscripción al Registro de Información Tributaria, RIT, de la Dirección Distrital de Impuestos de la Secretaría de Hacienda de Bogotá, D.C.

7. ¿Ejerce actividades económicas, industriales, comerciales o de servicio en Bogotá? SÍ NO

8. Responsabilidad impuesto de industria y comercio, avisos y tableros:
Régimen común Régimen simplificado

9. Responsabilidad impuesto de azar y espectáculos

10. Responsabilidad impuesto consumo de cigarrillo y tabaco procedencia extranjera

IV. Fecha

Fecha de inicio de actividades: Año Mes Día

V. Firmas

ADRIANA GOMEZ D.

Contribuyente o representante legal

52.548.089

Número de identificación

Bogotá, D. C.

Señores
CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ
 Departamento de Registros
 Bogotá

Apreciados señores:

Atentamente les solicito el registro de los siguientes libros, pertenecientes a: RESTAURANTE STEAK & BONE

Indico, para el efecto, el número de la matrícula en el registro mercantil: _____

NÚMERO DE REGISTRO	NOMBRE DEL LIBRO	CANTIDAD HOJAS ÚTILES	CÓDIGO	NUMERACIÓN	
				DE:	A:
	<u>LIBRO MAYOR Y BALANCE</u>	<u>100</u>		<u>001</u>	<u>100</u>
	<u>LIBRO AUXILIAR POR CUENTA</u>	<u>100</u>		<u>001</u>	<u>100</u>
	<u>LIBRO DE INVENTARIO</u>	<u>100</u>		<u>001</u>	<u>100</u>
	<u>LIBRO DIARIO</u>	<u>100</u>		<u>001</u>	<u>100</u>

Cordialmente,

ADRIANA GOMEZ MEÑACA

Firma del representante legal o matriculado

ADRIANA GOMEZ MEÑACA

Nombre

C.C. 52.548.089

Número de identificación

NOTA: el "NÚMERO DE REGISTRO" es un espacio para ser diligenciado por la Cámara de Comercio de Bogotá.



AFILIACION EMPRESA

DEPARTAMENTO DE SUBSIDIO

Nº _____
RADICACION

DATOS GENERALES

NIT: _____ NOMBRE O RAZON SOCIAL: **RESTAURANTE STEAK & BONE** CIUDAD: **VIA TABIO-TENJO** CODIGO: _____

DIRECCION: **KILOMETRO 5 VIA TABIO TENJO** TELEFONO(S): **091-8646592** A.A: _____

E-MAIL: **steak_bone@elsitio.net.co** FAX MODEM: _____ FAX: _____ ¿ES ENTIDAD DOCENTE? SI NO

NOMBRE GERENTE O REPRESENTANTE LEGAL: **ADRIANA GOMEZ MEÑACA** NOMBRE JEFE DE PERSONAL: **ADRIANA GOMEZ MEÑACA**

Nº _____ ESCRITURA CONSTITUCION Nº _____ NOTARIA FECHA CONSTITUCION _____

DATOS ESPECIFICOS

¿TIPO DE EMPRESA? OFICIAL 1 PRIVADA 2

CLASE DE SOCIEDAD RESPONSABILIDAD LTDA. 01 DE ECONOMIA MIXTA 07

COLECTIVA 02 EXTRANJERIA 08

ANONIMA 03 PERSONA NATURAL 09

ENCOMANDITA SIMPLE 04 UNIPERSONAL 10

ENCOMANDITA POR ACCIONES 05 OTRA 11

DE HECHO 06

CLASE DE ACTIVIDAD
EXPENDIO, A LA MESA, DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANTES 5 5 2 1
INDIQUE EL CODIGO Y NOMBRE DE LA ACTIVIDAD ECONOMICA REGISTRADA, PARA EFECTOS TRIBUTARIOS, RUT.

SI ES ENTIDAD OFICIAL INDIQUE QUE PORCENTAJE DE APORTES DEBE EFECTUAR POR LOS SIGUIENTES CONCEPTOS:
SUBSIDIO FAMILIAR % _____ SENIA % _____ I.C.B.F % _____ ESAP % _____ INSTITUTOS TECNICOS % _____

¿LA ENTIDAD ES FILIAL DE OTRA EMPRESA YA AFILIADA A CAFAM? SI NO ¿CUAL? _____

¿LA CASA MATRIZ SE ENCUENTRA UBICADA EN LA CIUDAD DE? **TABIO-TENJO**

SI ES SUSTITUCION PATRONAL CON UNA EMPRESA AFILIADA A CAFAM INDIQUE LOS SIGUIENTES DATOS DE LA EMPRESA A SUSTITUIR:
NIT: _____ NOMBRE O RAZON SOCIAL: _____

¿ESTUVO O ESTA LA COMPAÑIA AFILIADA A UNA CAJA DE COMPENSACION FAMILIAR? SI NO ¿CUAL? _____

INDIQUE EL MOTIVO POR EL CUAL SE DESAFILIAN DE ESA CAJA: _____

OTROS DATOS

NUMERO TOTAL DE TRABAJADORES: **22** EN NUMEROS VALOR DE LA ULTIMA NOMINA \$ _____ EN NUMEROS CORRESPONDIENTE AL MES DE _____

DECLARACION

Declaramos que la anterior informacion es cierta y contempla los requisitos exigidos por la Ley 21 de 1982, articulos 14 al 19. Igualmente nos comprometemos en caso de ser aceptados, a cumplir las normas referentes al Subsidio y los reglamentos de CAFAM, e informar por escrito nuestra desafiliacion, liquidacion o cambio de Razon Social. Cualquier falsedad u omision voluntaria conlleva a la anulacion de esta solicitud.

FECHA: _____ FIRMA Y SELLO DEL GERENTE DE LA EMPRESA: _____



AHORRAR

CODIGO DE RECAUDO
G. AHORRAR
1327

Villas

VILLAS

CTA. 7-04551-6



**ORGANIZACION
SAYCO-ACINPRO**



ENTIDAD SIN ANIMO DE LUCRO - MATRICULA MERCANTIL No. S0002148
RESOLUCION No. 0596 DE NOVIEMBRE 18 DE 1987
ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA, D.C.
NIT 900.021.811-9

LIQUIDACION No. **ANULADA**



VALIDO UNICAMENTE CON EL TIMBRE O SELLO DEL BANCO

Establecimiento	Actividad	Código
RESTAURANTE STEAK & BONE	EXPENDIO, A LA MESA, DE COMIDAS	5521
Dirección	Ciudad	Teléfono
KILOMETRO 5 VIA TABIO-TENJO		091-8646592
C.C. o NIT	Propietario y/o Administrador	Centro de Costos
52.548.089	ADRIANA GOMEZ MEÑACA	

DETALLES DE ESTA LIQUIDACION				
PERIODO LIQUIDADO	MESES	VALOR MENSUAL	TOTAL	
DESDE	HASTA			
Cancele en) cuota/s de \$		TOTAL	



FECHA LIMITE DE PAGO

VALOR A CANCELAR

ANULADO

VIGENCIA LEGAL		
DIA	MES	AÑO

Su pago **OPORTUNO**
Es el reconocimiento a la creación **Musical**

Observaciones

El pago lo autoriza para utilizar la música que representamos, por el periodo aquí señalado, en cumplimiento con la Ley 232 de 1995, la Ley 44 de 1993 y la Decisión 351 del Acuerdo de Cartagena. LA CANCELACION PREVIA DE LOS DERECHOS DE AUTOR ES REQUISITO PARA QUE SU ESTABLECIMIENTO PUEDA OPERAR LEGALMENTE

ESTE PAGO NO ESTA SUJETO A RETENCION EN LA FUENTE - NO SOMOS RESPONSABLES DEL IVA

VER INSTRUCCIONES AL RESPALDO

ORGANIZACION SAYCO-ACINPRO	Dirección	Teléfono	LIQUIDACION No.
	KM 5 VIA TABIO-TENJO	091-8646592	
Establecimiento	Actividad	Código	FECHA LIMITE DE PAGO
RESTAURANTE STEAK & BONE	EXPENDIO, A LA MESA, DE C	5521	
C.C. o NIT	Propietario y/o Administrador	Centro de Costos	VALOR A CANCELAR
52.548.089	ADRIANA GOMEZ MEÑACA		\$30.000
FECHA DE EXPEDICION		PERIODO LIQUIDADO	

ORGANIZACION SAYCO-ACINPRO	Dirección	Teléfono	LIQUIDACION No.
	KM 5 VIA TABIO-TENJO	091-8646592	
Establecimiento	Actividad	Código	FECHA LIMITE DE PAGO
RESTAURANTE STEAK & BONE	EXPENDIO, A LA MESA, DE C	5521	
C.C. o NIT	Propietario y/o Administrador	Centro de Costos	VALOR A CANCELAR
52.548.089	ADRIANA GOMEZ MEÑACA		
FECHA DE EXPEDICION		PERIODO LIQUIDADO	

- USUARIO -

- BANCO -

SAYCO - ACINPRO



SECRETARÍA DE GOBIERNO
CUERPO OFICIAL DE BOMBEROS DE
SANTA FE DE BOGOTÁ, D. C.

RECIBO No. _____

EL SUSCRITO JEFE DE LA DIVISIÓN DE PREVENCIÓN Y
SEGURIDAD DEL CUERPO OFICIAL DE BOMBEROS DE
SANTA FE DE BOGOTÁ, D. C.

HACE CONSTAR:

Que el establecimiento RESTAURANTE STEAK & BONE

Ubicado en KM 5 TABIO-TENJO

Propiedad de ADRIANA GOMEZ, CAROLINA GONZALEZ Y ANGELA ZARATE

REUNE LOS REQUISITOS BÁSICOS DE SEGURIDAD Y
PROTECCIÓN CONTRA INCENDIOS

ESTE DOCUMENTO ES VÁLIDO POR UN AÑO A PARTIR DE LA FECHA DE
SU EXPEDICIÓN Y PERDERÁ SU VALIDEZ EN EL MOMENTO EN QUE SE
INCUMPLAN LAS CONDICIONES DE SEGURIDAD EXIGIDAS EN LA LEGIS-
LACIÓN VIGENTE Y ENUNCIADAS AL RESPALDO.

Dada en Santa Fe de Bogotá, D.C., a los _____ días del mes de _____
de mil novecientos noventa y nueve (1999)

Jefe División de Prevención y Seguridad



SEGUROS DE VIDA
SEGUROS DE VIDA COLPATRIA S.A.



CONTRATO DE ADMINISTRACION DE RIESGOS PROFESIONALES

ADMINISTRADORA DE RIESGOS PROFESIONALES SEGUROS DE VIDA COLPATRIA S.A. NIT. 860.002.183-9	VIGENCIA A PARTIR DE			CONTRATO No. 0955
	AÑO	MES	DIA	

P R S O N A S D O S J U R I D I C A S E M P L E A D O R E S	RAZON SOCIAL: RESTAURANTE "STEAK - BONE"		NIT.
	REPRESENTANTE LEGAL: ADRIANA GOMEZ MENACA		
	DOMICILIO (CIUDAD):	DIRECCION:	TELEFONO: 091-8646592
	ACTIVIDAD ECONOMICA DE LA EMPRESA: EXPENDIO, A LA MESA, DE COMIDAS PREPARADAS EN RESTAURANT		No. DE EMPLEADOS: 22
	BASE DE COTIZACION (NOMINA MENSUAL) INICIAL:		CLASIFICACION: GRUPO:

A D M I N I S T R A D O R A D E R E S	APellidos:		NOMBRES:	C.C.	
	DOMICILIO (CIUDAD):		DIRECCION:	TELEFONO:	
	ACTIVIDAD ECONOMICA DE LA EMPRESA:		No. DE EMPLEADOS:		
	BASE DE COTIZACION (NOMINA MENSUAL) INICIAL: S		CLASIFICACION: GRUPO:	TASA DE COTIZACION SEGUN CLASIFICACION %	

I N F O R M A C I O N E S	FILIALES: CUAL(ES)?		TEL:
	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		TEL:
			TEL:
			TEL:
TIENE SEGURO DE VIDA PARA SUS EMPLEADOS			CODIGO ASESOR COMERCIAL
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>			

EL EMPLEADOR ARRIBA MENCIONADO HA CELEBRADO UN CONTRATO DE ADMINISTRACION DE RIESGOS PROFESIONALES CON LA ADMINISTRADORA DE RIESGOS PROFESIONALES DE SEGUROS DE VIDA COLPATRIA S.A., QUE SE RIGE POR LAS CONDICIONES ADJUNTAS.

LA ADMINISTRADORA DE RIESGOS PROFESIONALES RECIBE NOTIFICACIONES EN LA CARRERA 7a. No. 24-89 PISO 7 EN SANTAFE DE BOGOTA, D.C. - COLOMBIA.
EN SEÑAL DE ACEPTACION DE LAS CONDICIONES GENERALES DEL CONTRATO DE ADMINISTRACION DE RIESGOS PROFESIONALES, SE FIRMA HOY _____ () DE _____ DE 19 _____

[Signature]
SEGUROS DE VIDA COLPATRIA S.A.
ADMINISTRADORA DE RIESGOS PROFESIONALES

[Signature]
ADRIANA GOMEZ MENACA
EMPLEADOR

C.C./NIT. No. **521948089**

- EMPLEADOR -

PETTORIO

Trámite \$ 378.000

Espacio reservado para el adhesivo de radicación

Industria y Comercio
SUPERINTENDENCIA

FORMULARIO ÚNICO DE REGISTRO DE SIGNOS DISTINTIVOS.
2000-1

1

SOLICITUD DE REGISTRO DE:

- Marcas de Producto o Servicio. Lemas Comerciales.
- Marca Colectiva. Denominación de Origen.
- Marca de Certificación. Autorización de Uso de Denominación de Origen.

2

SOLICITANTE

Nombre: RESTAURANTE
STEAK & BONE
Dirección: Km 5 VIA TABIO-TENJO
Teléfono: 091-8646592 Fax:
E-mail: steak_bone@elsitio.net.co
Domicilio:

IDENTIFICACIÓN

C.C. NIT
C.E. Otro
Número: 7xx

3

REPRESENTANTE
O APODERADO

Nombre: ADRIANA GOMEZ M.
Dirección: Km 5 VIA TABIO-TENJO
Teléfono: 091-8646592 Fax:
E-mail: steak_bone@elsitio.net.co

IDENTIFICACIÓN

C.C. NIT
C.E. Otro
Número: 52548087 TP

4

Denominación del signo:

Mixto
Nominativo
Figurativo

5

Marca asociada (si es lema)

Certificado No. _____
Solicitud No. _____

6

Enumeración detallada de productos y servicios:

Clase: _____

7

Comprobante de pago No. _____

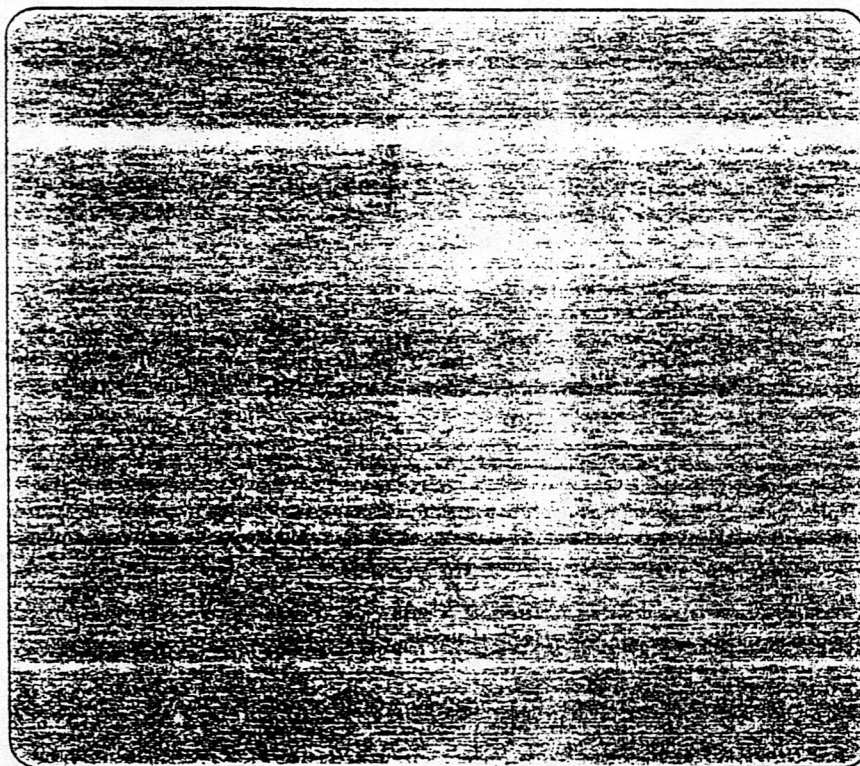
Fecha _____

8 PRIORIDAD: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Pais de origen	N° de solicitud	Fecha
9 PRIORIDAD DE EXPOSICIONES SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Nombre de la exposición	Lugar de celebración	Fecha

10 Anexos

- Comprobante de pago de la tasa de presentación de la solicitud
- Comprobante de pago de la tasa por concepto de excedente de palabras en la publicación (mas de 150)
- Comprobante de pago de la tasa por concepto reivindicación de prioridad
- Poderes, si fuere el caso
- Certificado de existencia y representación legal cuando el solicitante sea persona jurídica
- Artes finales 12 x 12 cm, 2 ejemplares
- Copia de la primera solicitud si se reivindica prioridad
- Traducción simple de la primera solicitud, si se reivindica prioridad
- Certificado de registro en el caso de del artículo 3° quinquies del Convenio de Paris
- Autorizaciones requeridas según los artículos 135 y 136 de la Decisión 486
- Reglamento de uso, si es el caso (marcas de certificación, colectivas y denominaciones de origen)
- Designación de zona geográfica, si es el caso (denominaciones de origen)
- Reseña de calidades, reputación y características de los productos, (denominaciones de origen)
- Designación de zona geográfica, si es el caso (denominaciones de origen)
- Copia de estatutos del solicitante, si es el caso (marcas colectivas, de certificación, denominaciones de origen)
- Lista de integrantes, si es el caso (marcas colectivas o de certificación)

11 REPRODUCCIÓN DEL SIGNO A REGISTRAR



12

NOMBRE

FIRMA

C.C.

T.P.

Grupo # 9

Trámite \$ 378.000

Espacio reservado para el adhesivo de radicación

Industria y Comercio
SUPERINTENDENCIA

FORMULARIO ÚNICO DE LICENCIAS
2000-7

①

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DE LICENCIA DE:

NUEVAS CREACIONES

- Patente de Invención.
- Patente de Modelo de Utilidad.
- Diseño Industrial.
- Esquema de Trazado para Circuitos Integrados.

SIGNOS DISTINTIVOS

- Marca Colectiva.
- Marca de Certificación.
- Lema Comercial.
- Nombre Comercial.
- Enseña Comercial.
- Marcas de Productos o Servicios.

②

SOLICITANTE

Nombre: RESTAURANTE
STEAK & BONE
Dirección: KM 5 VIA TABIO-TENJO
Teléfono: 011 8646592 Fax:
E-mail: steak_bone@elsitio.net.co
Domicilio:

IDENTIFICACIÓN

C.C. NIT
C.E. Otro
Número: XXX

③

REPRESENTANTE
O APODERADO

Nombre: ADRIANA GOMEZ M
Dirección: KM 5 VIA TABIO-TENJO
Teléfono: 011 8646592 Fax:
E-mail: steak_bone@elsitio.net.co

IDENTIFICACIÓN

C.C. NIT
C.E. Otro
Número: 52548089 TP

④

DATOS DE LA LICENCIA

Título de la nueva creación o denominación del signo distintivo:

Clasificación: _____ Número de expediente o certificado: _____

Número de expediente o certificado de registro de marca asociada (si es lema): _____

Vigencia: _____

Zona territorial: _____

Término de duración de la licencia: _____

Objeto de la licencia: _____

⑤ Comprobante de pago No. _____ Fecha _____

- ⑥
- Anexos:
- Comprobante de pago de la tasa.
 - Poderes, si fuere el caso.
 - Documento escrito donde conste la licencia, si fuere el caso.
 - Documentos que acrediten el legítimo interés, si fuere el caso.
 - Certificado de existencia y representación legal de las partes, cuando sean personas jurídicas.

⑦

NOMBRE Y FIRMA DE LAS PARTES INTERVINIENTES:

NOMBRE: _____

FIRMA: _____

C.C.
Licenciante

NOMBRE: _____

FIRMA: _____

C.C.
Licenciatarío

⑧

NOMBRE: _____ FIRMA: _____

C.C. TP.



INDICE

1. ESTUDIO PRELIMINAR.....	4
1.1. Naturaleza del Proyecto.....	5
1.1.1. Hotel para enfermos terminales.....	5
1.1.2. Restaurante para perros y personas.....	6
1.1.3. Minimercado para niños.....	7
1.1.4. Artesanos Gourmet.....	8
2. RESUMEN EJECUTIVO.....	11
3. ESTUDIO DE MERCADOS.....	14
3.1. Análisis de la demanda.....	15
3.1.1. Distribución de la población canina por estratos socioeconómicos según la secretaria de salud.....	16
3.2. Análisis de la oferta.....	16
3.3. Análisis de precio.....	18
3.4. Análisis de comercialización.....	18
3.5. Oportunidades estratégicas básicas. Análisis DOFA.....	20
3.5.1. Fortalezas.....	20
3.5.2. Debilidades.....	21
3.5.3. Oportunidades.....	21
3.5.4. Amenazas.....	21



3.6. Encuesta a la población del mercado objetivo.....	22
3.6.1. Ficha técnica de la muestra.....	23
3.6.2. Encuesta.....	24
3.6.3. Graficas de la encuesta.....	26
3.6.4. Conclusiones de la encuesta.....	32
4. ESTUDIO TÉCNICO.....	34
4.1. Filosofía empresarial.....	35
4.2. Misión.....	35
4.3. Visión.....	35
4.4. Principios.....	35
4.5. Valores.....	36
4.6. Objetivos y estrategias.....	36
4.7. Políticas corporativas.....	36
4.8. Políticas generales.....	37
4.9. Departamento administrativo.....	37
4.9.1. Políticas.....	38
4.10. Departamento de comercialización.....	39
4.10.1. Políticas.....	39
4.11. Departamento de Producción.....	40
4.11.1. Políticas.....	40
4.11.2. Departamento operativo.....	40
4.11.3. Políticas.....	40
4.11.4. Organigrama.....	41



4.12.	Funciones.....	41
4.12.1.	Funciones del área administrativa.....	41
4.12.2.	Funciones del área operativa.....	43
4.12.3.	Funciones del área de producción.....	46
4.13.	Proceso productivo y de servicio al cliente.....	48
4.13.1.	Proceso productivo de la materia prima.....	48
4.13.2.	Proceso productivo de servicio al cliente.....	49
4.13.3.	Proceso área canina.....	49
4.14.	Recursos físicos.....	50
4.15.	Recetas estándar.....	53
4.16.	Carta.....	65
4.17.	Planta física.....	66
5.	ESTUDIO FINANCIERO.....	68
6.	ANEXOS.....	85
7.	ASPECTOS LEGALES.....	109