

REPÚBLICA DE COLOMBIA



**MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL
MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO**

**RESOLUCIÓN NÚMERO 1900
(21 JULIO 2008)**

Diario Oficial No. 47058 del 22 de Julio de 2008.

Por la cual se expide el reglamento técnico para utensilios de vidrio y vitrocerámica en contacto con alimentos, utensilios de cerámica empleados en la cocción en contacto con los alimentos y, vajillería cerámica de uso institucional, que se fabriquen o importen para su comercialización en Colombia, y se deroga la Resolución 0408 del 7 de marzo de 2005.

EL MINISTRO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL

En ejercicio de sus facultades legales, en especial las conferidas en las Leyes 09 de 1979, 170 de 1994 y el artículo 2º del Decreto 205 de 2003,

EL MINISTRO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales y en especial las conferidas en el Artículo 78 de la Constitución Política de Colombia, en Artículo 3º de la Ley 155 de 1959, en las Decisiones 376 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena, 419, 506 y 562 de la Comisión de la Comunidad Andina, y en el Numeral 4º del Artículo 2º del Decreto Ley 210 de 2003, y

CONSIDERANDO:

Que de acuerdo con lo previsto en el Artículo 78 de la Constitución Política de Colombia, serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios.

Que el Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio de la Organización Mundial del Comercio, al cual adhirió Colombia a través de la Ley 170 de 1994, y la Decisión 419 de la Comisión de la Comunidad Andina, establecen que los países tienen derecho a adoptar las medidas necesarias para asegurar la calidad de sus exportaciones, o para la protección de la salud y la vida de las personas, para la protección del medio ambiente, o para la prevención de prácticas que pueden inducir a error, para lo cual pueden adoptar reglamentos técnicos que incluyan prescripciones en materia de terminología, símbolos, embalaje, marcado o etiquetado aplicable a productos.

Continuación de la Resolución Por la cual se expide el reglamento técnico para utensilios de vidrio y vitrocerámica en contacto con alimentos, utensilios de cerámica empleados en la cocción en contacto con los alimentos y, vajillería cerámica de uso institucional, que se fabriquen o importen para su comercialización en Colombia, y se deroga la Resolución 0408 del 7 de marzo de 2005.

Que tal como se contempla en el Numeral 2.2 del Artículo 2 del Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio de la Organización Mundial del Comercio; en el Artículo 14-01 del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos Mexicanos; y, en el Artículo 26 de la Decisión Andina 376 de 1995, los Reglamentos Técnicos se establecen para garantizar, entre otros, los siguientes objetivos legítimos: los imperativos de la seguridad nacional; la protección de la salud o seguridad humanas, de la vida o la salud animal o vegetal, o del medio ambiente y la prevención de prácticas que puedan inducir a error a los consumidores.

Que la Decisión 506 de 2001 expedida por la Comisión de la Comunidad Andina decidió sobre el reconocimiento y aceptación de certificados de productos a ser comercializados en la Comunidad Andina y que la Decisión 562 del 25 de Junio de 2003 de la Comisión de la Comunidad Andina, aprobó directrices para la elaboración, adopción y aplicación de Reglamentos Técnicos en los países miembros de la Comunidad Andina y a Nivel Comunitario.

Que en el Artículo 3º de la Ley 155 de 1959 se establece que le corresponde al Gobierno Nacional intervenir en la fijación de normas sobre calidad de los productos, con miras a defender el interés de los consumidores y de los productores de materias primas.

Que los Ministerios de la Protección Social y de Comercio, Industria y Turismo expedieron la Resolución 0408 del 07 de marzo de 2005 "Por la cual se expide el reglamento técnico para vajillas de cerámica, utensilios de cerámica empleados en la cocción de alimentos, utensilios de vidrio y vitrocerámica y demás utensilios de cerámica destinados a estar en contacto con alimentos o bebidas", publicada en el Diario Oficial No. 45850 del 14 de marzo de 2005

Que la Resolución 1953 del 08 de septiembre de 2005 de los Ministerios de la Protección Social y de Comercio, Industria y Turismo, publicada en el Diario Oficial No. 46029 del 12 de septiembre de 2005, prorrogó en seis meses el término establecido en el artículo 12 de la Resolución 0408 de 2005, con el objeto de garantizar que la comercialización de los bienes a reglamentar cumpla con los requisitos consagrados en la norma.

Que mediante Resolución 0515 del 10 de marzo de 2006 de los Ministerios de la Protección Social y de Comercio, Industria y Turismo, publicada en el Diario Oficial No. 46209 del 13 de marzo de 2006, se amplió en cuatro meses más el término establecido en el artículo 12 de la Resolución 0408 de 2005, con el objeto de garantizar los ajustes necesarios para su cumplimiento.

Que en virtud de la Resolución 1527 del 11 de julio de 2006 de los Ministerios de Comercio, Industria y Turismo, publicada en el Diario Oficial No. 46327 del 12 de julio de 2006, se modificó el artículo 1 de la Resolución 0515 del 10 de marzo de 2006, en el sentido de ampliar en doce meses más el término establecido en el artículo 12 de la Resolución 0408 de 2005, con el objeto de seguir garantizando los ajustes necesarios para su comercialización.

Que la Resolución 1445 del 11 de julio de 2007 de los Ministerios de la Protección Social y de Comercio, Industria y turismo, publicada en el Diario Oficial No. 46686 del 11 de julio de 2007, modificó el artículo 1 de la citada Resolución 1445 en el sentido de ampliar en seis meses más el término establecido en el artículo 12 de la Resolución 0408 de 2005, con el objeto de efectuar los ajustes necesarios al reglamento Técnico expedido.

Continuación de la Resolución Por la cual se expide el reglamento técnico para utensilios de vidrio y vitrocerámica en contacto con alimentos, utensilios de cerámica empleados en la cocción en contacto con los alimentos y, vajillería cerámica de uso institucional, que se fabriquen o importen para su comercialización en Colombia, y se deroga la Resolución 0408 del 7 de marzo de 2005.

Que se requiere expedir un Reglamento Técnico aplicable a utensilios de vidrio y vitrocerámica en contacto con alimentos, utensilios de cerámica empleados en la cocción en contacto con los alimentos y, vajillería cerámica de uso institucional, con el propósito de:

- (i) Determinar límites permisibles de liberación de Plomo y Cadmio en tales productos, como medio de protección de las personas contra riesgos que atenten contra su salud;
- (ii) Determinar los requisitos y ensayos que los productos sujetos a este Reglamento Técnico deben cumplir;
- (iii) Especificar el procedimiento de evaluación de la conformidad que facilite la comercialización de los productos sujetos al Reglamento Técnico;
- (iv) Establecer condiciones especiales para productos facturados, despachados y en inventario, antes de la fecha de entrada en vigencia del presente Reglamento Técnico;
- (v) Identificar las actividades de control y vigilancia.

Que el proyecto de Reglamento Técnico de que trata la presente resolución fue notificado Internacionalmente a los países con los cuales Colombia ha suscrito Acuerdos, así:

- Ante la Organización Mundial de Comercio – OMC G/TBT/N/COL/ 106 el 9 de Enero de 2008.
- Ante la Secretaría de la Comunidad Andina - CAN el 28 de Diciembre de 2007.
- Ante los Estados Unidos Mexicanos – G3 el 28 de Diciembre de 2007.

Que durante el plazo de notificación internacional no se recibieron observaciones al proyecto de Reglamento Técnico.

En mérito de lo expuesto, los Ministerios de la Protección Social y de Comercio, Industria y Turismo,

RESUELVEN:

Artículo 1º. Expedición. Expedir el presente Reglamento Técnico que deben cumplir los utensilios de vidrio y vitrocerámica en contacto con alimentos, utensilios de cerámica empleados en la cocción en contacto con los alimentos y, vajillería cerámica de uso institucional, que se fabriquen o importen para su comercialización en Colombia.

Artículo 2º. Objeto. Las disposiciones contenidas en el presente Reglamento Técnico están dirigidas a prevenir o minimizar riesgos para la salud de los usuarios que puedan originarse por el desprendimiento de Plomo y Cadmio de los bienes contemplados en el artículo 3º del presente Reglamento Técnico y, a la prevención de prácticas que puedan inducir a error a los consumidores.

Artículo 3º. Campo de aplicación. Las disposiciones contenidas en el presente reglamento se aplican a los utensilios de vidrio y vitrocerámica en contacto con alimentos, utensilios de cerámica empleados en la cocción en contacto con los alimentos y, vajillería cerámica de uso institucional, que se fabriquen o importen para su comercialización en Colombia, que se encuentran clasificados en las Subpartidas Arancelarias del Arancel de Aduanas Colombiano, como sigue:

Continuación de la Resolución Por la cual se expide el reglamento técnico para utensilios de vidrio y vitrocerámica en contacto con alimentos, utensilios de cerámica empleados en la cocción en contacto con los alimentos y, vajillería cerámica de uso institucional, que se fabriquen o importen para su comercialización en Colombia, y se deroga la Resolución 0408 del 7 de marzo de 2005.

Código	Designación de la Mercancía
69.11	Vajilla y demás artículos de uso doméstico, higiene o tocador, de porcelana.
6911.10.00.00	- Artículos para el servicio de mesa o cocina
6911.90.00.00	- Los demás
6912.00.00.00	Vajilla y demás artículos de uso doméstico, higiene o tocador, de cerámica, excepto porcelana.
70.13	Artículos de vidrio para servicio de mesa, cocina, tocador, baño, oficina, adorno de interiores o usos similares (excepto los de las partidas 70.10 ó 70.18).
7013.10.00.00	- Artículos de vitrocerámica
	- Recipientes con pie para beber, excepto los de vitrocerámica:
7013.22.00.00	- - De cristal al plomo
7013.28.00.00	- - Los demás
	- Los demás recipientes para beber, excepto los de vitrocerámica:
7013.33.00.00	- - De cristal al plomo
7013.37.00.00	- - Los demás
	- Artículos para servicio de mesa (excluidos los recipientes para beber) o cocina, excepto los de vitrocerámica:
7013.41.00.00	- - De cristal al plomo
7013.42.00.00	- - De vidrio con un coeficiente de dilatación lineal inferior o igual a 5×10^{-6} por Kelvin, entre 0 °C y 300 °C
7013.49.00.00	- - Los demás
	- Los demás artículos:
7013.91.00.00	- - De cristal al plomo
7013.99.00.00	- - Los demás

Parágrafo. Excepciones. El presente Reglamento Técnico no aplicará a los productos determinados como:

- a) Material publicitario, que ingrese al país de manera ocasional para participar en ferias, exposiciones, o que tengan intención por objeto promocionar mercancías, siempre que su cantidad no refleje intención alguna de carácter comercial, su presentación lo descalifique para su venta, y su valor FOB no supere el monto establecido por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN. La importación de material bajo estas condiciones sólo podrá efectuarse por cada importador, una vez en el semestre.
- b) Efectos personales o equipaje de viajeros, según lo establecido sobre este particular por la DIAN.
- c) Envíos de correspondencia, los paquetes postales y los envíos urgentes, según lo estipulado sobre este particular por la DIAN.
- d) Los bienes aquí contemplados considerados como productos de artesanía.
- e) Las piezas para ensayo adicionales a la vajilla de que trata este Reglamento.
- f) Productos nacionales o importados que fueron facturados y despachados por el productor al importador o al primer distribuidor en Colombia antes del 11 de enero de 2008. El fabricante o importador deberá conservar y presentar a la autoridad de control

Continuación de la Resolución Por la cual se expide el reglamento técnico para utensilios de vidrio y vitrocerámica en contacto con alimentos, utensilios de cerámica empleados en la cocción en contacto con los alimentos y, vajillería cerámica de uso institucional, que se fabriquen o importen para su comercialización en Colombia, y se deroga la Resolución 0408 del 7 de marzo de 2005.

competente los documentos probatorios que acrediten tal circunstancia, cuando sean requeridos.

Artículo 4. Definiciones, Siglas y Unidades: Además de las definiciones incluidas en las NTCs en que este Reglamento Técnico se referencia, son aplicables las siguientes:

Artesanía: La artesanía comprende, básicamente, obras y trabajos realizados manualmente y con poca intervención de maquinaria, habitualmente son objetos decorativos o de uso común. Al que se dedica a esta actividad se le denomina artesano. El término artesanía se refiere al trabajo realizado de forma manual por una persona en el que cada pieza es distinta a las demás, diferenciándolo del trabajo en serie o industrial.

Cerámica: Material inorgánico que se produce por sinterización de materiales inorgánicos a altas temperaturas, cuyo principal componente es el óxido de silicio y otros silicatos complejos (caolines, arcillas, feldespatos, alúmina y otros). La superficie puede ser vidriada o esmaltada para hacerla más impermeable, resistente o con propósitos decorativos - estéticos.

Cerámica vidriada: Piezas fabricadas en cerámica con una capa de vidriado o esmalte; el propósito principal de la capa de vidriado es para hacer la superficie de la pieza impermeable lo cual garantiza la higiene de la pieza, adicionalmente el esmalte se aplica con fines estéticos.

Consumidor: Toda persona natural o jurídica, que contrate la adquisición, utilización o disfrute de un bien o la prestación de un servicio determinado, para la satisfacción de una o más necesidades.

Cuerpo cerámico: Utensilio fabricado con una pasta cerámica (en el caso de vajillería, se tienen platos, pocillos, platos ovales, cafeteras, lecheras, azucareras, entre otras).

Declaración de Conformidad del Proveedor – DCP- :Formulario diligenciado que está respaldado por una documentación de apoyo, normalizados con base en las NTC-ISO/IEC 17050 (Partes 1 y 2), mediante la cual el emisor (organización o persona emisora), con el fin de satisfacer la demanda de confianza por parte del mercado y las autoridades reguladoras, declara y asegura bajo su responsabilidad que el objeto identificado (que puede ser un producto, proceso, sistema de gestión, persona u organismo) cumple aquellos requisitos especificados a los que se refiere la declaración, y deja en claro quién es el responsable de dicha conformidad y declaración.

Decoración: Adorno, de la superficie cerámica sin alterar su forma o función, con el objeto de realzar su valor estético. La decoración pueden ser listas al borde, pintadas a mano o con pincel, calcos al ala o en el centro del plato, calcos completos que cubran toda la superficie. La técnica de decoración puede ser manual o mediante la transferencia de la decoración al plato por medio de una almohadilla de silicona.

Entidad de Acreditación: Es la Superintendencia de Industria y Comercio – SIC o la Entidad que haga sus veces.

Etiqueta: Marcaje, rótulo o marbete impreso, tejido o estampado con información específica sobre un producto.

Etiqueta adherida: Etiqueta pegada.

Continuación de la Resolución Por la cual se expide el reglamento técnico para utensilios de vidrio y vitrocerámica en contacto con alimentos, utensilios de cerámica empleados en la cocción en contacto con los alimentos y, vajillería cerámica de uso institucional, que se fabriquen o importen para su comercialización en Colombia, y se deroga la Resolución 0408 del 7 de marzo de 2005.

Etiqueta permanente: Etiqueta que es adherida en los productos por un proceso de termofijación o cualquier otro proceso que garantice la permanencia de la información en el producto, por lo menos hasta el momento de su comercialización hacia el consumidor.

Etiquetado: Sistema de marcado que asegura la claridad de la información contenida en la etiqueta.

Fabricante: Se debe entender como el nombre comercial o razón social de la empresa nacional que elaboró el producto.

Importador: De acuerdo con el Decreto 2685 de 1999, "es la persona que está obligada a declarar, entendido éste como quien realiza la operación de importación o aquella persona por cuya cuenta se realiza." Los importadores se reputan productores respecto de los bienes que introduzcan al mercado nacional.

Homologar: Equiparar, poner en relación de igualdad. Tratándose de una autoridad, de un organismo acreditado, autorizado o reconocido: Registrar y confirmar el resultado de una prueba con arreglo a ciertas normas. Contrastar el cumplimiento de determinadas especificaciones o características de un objeto.

Letras legibles a simple vista: Letras que se pueden ver sin ayuda de instrumentos ópticos especiales como lupas, microscopios o gafas distintas a las recetadas a la persona.

Loza: Pasta cerámica, compuesta de arcillas, feldespato, arena y en ocasiones talco o dolomita. Es porosa, opaca y con una alta absorción de agua, la cual varía del 5% al 16%.

Nombre del Fabricante y/o Importador: Corresponde al nombre comercial o razón social de la persona o empresa fabricante y/o importadora del producto.

País de Origen: Lugar de manufactura, fabricación o elaboración final del producto.

Pieza hueca grande: Aquellos artículos cuya profundidad es mayor de 25 mm, medido desde el punto más bajo del fondo de la pieza al plano horizontal que pasa por los bordes superiores y cuya capacidad excede de 1.1 litros o mayor; se trata de piezas tales como jarros, cafeteras, lecheras, salseras, ensaladeras, y otras.

Pieza hueca pequeña: Aquellos artículos cuya profundidad es mayor de 25 mm, medido desde el punto más bajo del fondo de la pieza al plano horizontal que pasa por los bordes superiores y cuya capacidad puede no exceder de 1.1 litros; se trata de piezas tales como pocillos, tazas, jarras pequeñas, azucareras, etc.

Pieza individual: Componente individual de una vajilla.

Pieza plana: Aquellos artículos cuya profundidad interior no excede de 25 mm, medido desde el punto más bajo del fondo de la pieza al punto de rebose; por ejemplo, platos y bandejas de diferentes diámetros.

Piezas sueltas: Utensilios objeto del presente Reglamento Técnico que no hacen parte de una vajilla.

Porcelana blanda: Pasta cerámica que contiene usualmente una menor cantidad de alúmina, pero más sílice y fundentes que la porcelana dura; la absorción de agua está por debajo del 1%.

Porcelana dura: Pasta cerámica en base de arcillas, cuarzo, feldespato y algunas veces carbonato de calcio. Inicialmente se quema el biscocho a baja temperatura, y luego se

Continuación de la Resolución Por la cual se expide el reglamento técnico para utensilios de vidrio y vitrocerámica en contacto con alimentos, utensilios de cerámica empleados en la cocción en contacto con los alimentos y, vajillería cerámica de uso institucional, que se fabriquen o importen para su comercialización en Colombia, y se deroga la Resolución 0408 del 7 de marzo de 2005.

quema simultáneamente el vidriado y la pasta a alta temperatura; la absorción de agua está por debajo del 1%.

Productor: Toda persona natural o jurídica, que elabore, procese, transforme o utilice uno o más bienes, con el propósito de obtener uno o más productos o servicios, destinados al consumo público. Los importadores se reputan productores respecto de los bienes que introduzcan al mercado nacional.

Proveedor o expendedor: Toda persona natural o jurídica que distribuya u ofrezca al público en general, o a una parte de él, a cambio de un precio, uno o más bienes o servicios producidos por ella misma o por terceros, destinados a la satisfacción de una o más necesidades de ese público.

Sinterización: Proceso tecnológico destinado a convertir polvos fundidos en sólidos.

Sitio visible: Sitio destacado de un utensilio, pieza suelta o vajilla.

Unidad de Empaque: Recipiente o envoltura que contiene el producto.

Vajilla: Unidad de empaque que contiene un conjunto de utensilios objeto del presente Reglamento Técnico, los cuales están destinados a preparar, cocinar, servir o almacenar alimentos o bebidas. En principio el término se aplica al conjunto de piezas empleadas en el servicio de mesa, tales como: platos, tazas, fuentes, platones, jarra y otras. Por extensión se le aplica al grupo de piezas utilizadas en cocina y alacena. Su principal característica es la uniformidad en el concepto decorativo, es decir, el conjunto se presenta relacionado entre sí y sirviendo a un mismo fin, haciendo juego. Se clasifica de acuerdo al número de servicios para el cual está empacada (4, 6, 12, 24 personas por ejemplo).

Ventas al por mayor: Cuando los utensilios objeto del presente Reglamento Técnico se comercialicen a un comprador mayorista, distinto a un institucional, que no es el consumidor final de la mercancía, como supermercados de grandes superficies, distribuidores mayoristas.

Ventas Institucionales: Cuando los utensilios objeto del presente Reglamento Técnico se comercialicen a instituciones como del Estado, hoteles, cafeterías, restaurantes, clínicas, hospitales, casinos de empresas, u otros similares.

Vidriado o esmalte cerámico: Los vidriados cerámicos son el producto de la combinación de materiales inorgánicos, principalmente arena, feldespato, arcilla y óxidos fundentes de sodio y potasio. La aplicación se hace en forma de suspensión acuosa por inmersión o atomización para que se deposite una capa uniforme sobre las piezas; a continuación se hace la cocción del vidriado para que este se fije a la pieza. Los vidriados pueden ser transparentes o de color.

Vidrio: Material inorgánico, no metálico, producido mediante la fusión completa a altas temperaturas de materias primas, hasta lograr un líquido homogéneo, el cual se enfría posteriormente hasta alcanzar una condición rígida, esencialmente, sin llegar a la cristalización.

Vitrocerámica: Material inorgánico, no metálico, producido mediante la fusión completa a altas temperaturas de materias primas, hasta lograr un líquido homogéneo, el cual se enfría posteriormente hasta alcanzar una condición rígida, con cierto grado de cristalización.

Continuación de la Resolución Por la cual se expide el reglamento técnico para utensilios de vidrio y vitrocerámica en contacto con alimentos, utensilios de cerámica empleados en la cocción en contacto con los alimentos y, vajillería cerámica de uso institucional, que se fabriquen o importen para su comercialización en Colombia, y se deroga la Resolución 0408 del 7 de marzo de 2005.

Siglas: Las siglas relacionadas a continuación tienen el siguiente significado y así deben ser interpretadas:

CAN	Comunidad Andina de Naciones
DIAN	Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales
FOB	Free on Board (Libre a Bordo)
IEC	International Electrotechnical Commission (Comisión Electrotécnica Internacional)
ILAC	International Laboratory Accreditation Cooperation (Conferencia Internacional sobre Acreditación de Laboratorios de ensayo)
ISO	International Standard Organization
NTC	Norma Técnica Colombiana
OMC	Organización Mundial del Comercio
OTC	Obstáculos Técnicos al Comercio
SIC	Superintendencia de Industria y Comercio.

Unidades: Las unidades que aparecen en el texto del presente Reglamento Técnico tienen el siguiente significado y así deben ser interpretadas:

mg/l	Miligramos por litro
mg/dm ²	Miligramos por decímetro cuadrado

Artículo 5º. Requisitos. Con fundamento en lo señalado en el literal e) del Artículo 2 y en el Artículo 7º del Decreto 2269 de 1993, y en el literal c) del numeral 3 del Artículo 9 de la Decisión 562 de la Comisión de la Comunidad Andina, las prescripciones establecidas para los productos contemplados en el campo de aplicación del presente Reglamento Técnico, tanto de fabricación nacional como importados, serán de obligatorio cumplimiento en Colombia.

5.1 Requisitos de Etiquetado: La información del etiquetado de los productos que suministre tanto el fabricante como el importador, busca prevenir prácticas de inducción a error al consumidor y debe cumplir con los siguientes requisitos generales:

1. La información descrita en la etiqueta deberá ser legible a simple vista, veraz y completa; la etiqueta a su vez se colocará en sitio visible, y debe estar disponible al momento de su comercialización al consumidor final.
2. La información de la etiqueta o de las instrucciones deberá estar como mínimo en idioma español, excepto aquella que no sea posible su traducción. En todo caso, deberá estar como mínimo en alfabeto latino. Esta Etiqueta deberá contener al menos los siguientes datos:
 - a) País de Origen.
 - b) Nombre del Fabricante y/o Importador.
3. La etiqueta con la información requerida en este Reglamento Técnico deberá ir impresa o adherida al cuerpo del utensilio o en su unidad de empaque.

Parágrafo. En los puntos de venta, las piezas de loza sueltas que por su naturaleza, delicadeza o tamaño, se les perjudique en su uso, estética, o se les ocasione pérdida de valor y, que por estas causas no puedan llevar la etiqueta aquí exigida, deberán tener copia del respectivo certificado de conformidad o declaración de conformidad, según

Continuación de la Resolución Por la cual se expide el reglamento técnico para utensilios de vidrio y vitrocerámica en contacto con alimentos, utensilios de cerámica empleados en la cocción en contacto con los alimentos y, vajillería cerámica de uso institucional, que se fabriquen o importen para su comercialización en Colombia, y se deroga la Resolución 0408 del 7 de marzo de 2005.

corresponda, suministrado por el fabricante o el importador, con el fin de ser presentado cuando lo requieran, tanto la autoridad de control competente como el consumidor.

Adicionalmente, en los puntos de venta, deberá disponerse permanentemente del siguiente aviso al público:

“Los utensilios de vidrio y vitrocerámica en contacto con alimentos, utensilios de cerámica empleados en la cocción en contacto con alimentos, y vajillería cerámica de uso institucional, que se expenden en este punto de venta, cumplen con los requisitos establecidos por el Gobierno Nacional para prevenir intoxicaciones por desprendimiento de Plomo y Cadmio”.

5.2 Requisitos Técnicos Específicos: El cumplimiento de estos requisitos busca prevenir riesgos para la salud de las personas, mediante el establecimiento de los límites permisibles de Plomo y Cadmio para los utensilios de vidrio y vitrocerámica en contacto con alimentos, utensilios de cerámica empleados en la cocción en contacto con los alimentos, y vajillería cerámica de uso institucional.

5.2.1 Los límites máximos permisibles de desprendimiento de Plomo y Cadmio que se deben cumplir, según el utensilio que corresponda, son:

5.2.1.1 De la Tabla del Numeral 5 de la NTC 3536 del 19 de Mayo de 1993 (Utensilios de vidrio y vitrocerámica en contacto con alimentos):

Tipo de utensilios de vidrio o vitrocerámica	Liberación máxima De plomo		Liberación máxima de cadmio	
	mg/dm ²	mg/l	mg/dm ²	mg/l
Utensilio plano	1,7		0,17	
Utensilio cóncavo pequeño		5,0		0,50
Utensilio cóncavo grande		2,5		0,25

Nota. Estos valores se expresan en mg/dm² del área de la superficie de referencia, en el caso de artículos planos; y en mg/l de la solución de extracción, en el caso de artículos cóncavos.

5.2.1.2 De la Tabla del Numeral 5 de la NTC 3537 del 21 de Mayo de 1993 (Utensilios de cerámica empleados en la cocción en contacto con los alimentos):

Utensilio de cocina	Plomo	Cadmio
	5 mg/l	0,5 mg/l

5.2.1.3 De la Tabla del Numeral 3.5 de la NTC 916 Tercera Actualización del 27 de octubre de 1999 (Vajillería cerámica de uso institucional):

Tipo de producto cerámico	Unidad	Plomo	Cadmio
Pieza plana	mg/dm ²	1,7	0,17
Obra hueca pequeña	mg/l	5,0	0,5
Obra hueca grande	mg/l	2,5	0,25

Los productos clasificados como utensilios de porcelana, en contacto con alimentos, o empleados en la cocción en contacto con alimentos, o de uso institucional, también

Continuación de la Resolución Por la cual se expide el reglamento técnico para utensilios de vidrio y vitrocerámica en contacto con alimentos, utensilios de cerámica empleados en la cocción en contacto con los alimentos y, vajillería cerámica de uso institucional, que se fabriquen o importen para su comercialización en Colombia, y se deroga la Resolución 0408 del 7 de marzo de 2005.

deben cumplir, según el caso, con los límites máximos permisibles de desprendimiento de Plomo y Cadmio que aquí se estipulan.

5.2.2 Los ensayos que se deben realizar, según el utensilio que corresponda, se encuentran descritos en las siguientes NTCs:

NTC 3536 del 19 de Mayo de 1993, norma equivalente a las ISO-7086-1 e ISO 7086-2 de 1982.

NTC 3537 del 21 de Mayo de 1993, norma equivalente a las ISO-8391-1 e ISO 8391-2 de 1986.

NTC 4634 del 28 de Julio de 1999, norma equivalente a la ISO-6486-1 de 1981.

5.3 Muestras y ensayos para vajillas y lotes de vajillas para comercializar:

Tratándose de unidades de empaque, catalogadas como vajillas, sin perjuicio de lo indicado en las Normas Técnicas Colombianas anexas a este Reglamento Técnico, el fabricante o el importador deberá disponer de una (1) pieza adicional a la vajilla que será utilizada como muestra representativa para efectos de realizar el respectivo ensayo. Si no se dispone de esta pieza adicional, el ensayo se realizará con una pieza tomada de una vajilla.

Si el resultado del ensayo no cumple con lo estipulado en el presente Reglamento Técnico, la vajilla o lote de vajillas no se certificarán.

5.4 Muestras y ensayos para los demás productos: Para los demás productos sujetos al presente Reglamento Técnico, no catalogados como vajillas, es decir son piezas sueltas, el muestreo será seleccionado por el organismo de certificación que expide el certificado aquí exigido.

Artículo 6º. Referencia a Normas Técnicas Colombianas NTCs. De acuerdo con el Numeral 2.4 del Artículo 2 del Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio - OTC de la OMC y de conformidad con el Artículo 8 de la Decisión 562 de la Comisión de la Comunidad Andina, el presente Reglamento Técnico se basa en las siguientes Normas Técnicas Colombianas:

- NTC-3536 del 19 de mayo de 1993, Utensilios de vidrio y vitrocerámica en contacto con alimentos.
- NTC 3537 del 21 de mayo de 1993, Utensilios de cerámica empleados en la cocción en contacto con los alimentos.
- NTC 916 Tercera Actualización del 27 de octubre de 1999 – Vajilla cerámica de uso institucional.
- NTC 4634 del 28 de julio de 1999, Método de ensayo para determinar la liberación de plomo y cadmio en recipientes cerámicos en contacto con alimentos.

Las NTCs aquí referenciadas corresponden a los Anexos 1, 2, 3 y 4 que hacen parte integral del presente Reglamento Técnico.

Artículo 7º. Procedimiento para evaluar la Conformidad. Los fabricantes nacionales así como los importadores de los productos contemplados en el presente Reglamento Técnico, deberán, según sea su caso, obtener para estos productos el respectivo certificado de conformidad de producto que cubra los requisitos técnicos específicos contemplados en el Numeral 5.2 del Artículo 5º de esta Resolución, expedido por cualquiera de los siguientes organismos:

Continuación de la Resolución Por la cual se expide el reglamento técnico para utensilios de vidrio y vitrocerámica en contacto con alimentos, utensilios de cerámica empleados en la cocción en contacto con los alimentos y, vajillería cerámica de uso institucional, que se fabriquen o importen para su comercialización en Colombia, y se deroga la Resolución 0408 del 7 de marzo de 2005.

- a) Un organismo de certificación acreditado por la entidad de acreditación, para los efectos de certificación aquí considerados.

Este organismo de certificación acreditado que expida el certificado de conformidad requerido por el presente Reglamento Técnico, deberá soportar dicho certificado en resultados de ensayos realizados en laboratorio acreditado ante la entidad de acreditación. También podrá apoyarse en organismo de inspección acreditado por dicha entidad.

- b) Un organismo de certificación acreditado por la entidad acreditadora del país de origen de estos productos, siempre y cuando dicho país mantenga vigente con Colombia Acuerdo de Reconocimiento Mutuo, para los efectos de certificación aquí considerados.
- c) Un organismo de certificación acreditado por la entidad acreditadora del país de origen de estos productos, siempre y cuando exista Acuerdo de Reconocimiento Mutuo vigente entre la entidad de acreditación colombiana y el acreditador del país de origen de dichos productos.
- d) Un organismo de certificación acreditado por la entidad de acreditación, que homologue la información de los resultados de los procedimientos de evaluación de la conformidad realizados para los productos que se vayan a importar, objeto del presente Reglamento Técnico.

Parágrafo 1º. El laboratorio acreditado por la entidad de acreditación deberá realizar los ensayos descritos en el presente Reglamento, según el utensilio que corresponda, contenidos en las Normas Técnicas Colombianas NTC-3536 del 19 de mayo de 1993, NTC 3537 del 21 de mayo de 1993 y NTC 4634 del 28 de julio de 1999, que corresponden a los Anexos 1, 2, y 4 que hacen parte integral del de este Reglamento, o también realizar otros ensayos basados en Normas Técnicas, para las cuales se haya expedido el respectivo concepto de equivalencia, de conformidad con lo establecido sobre el particular por la entidad de acreditación.

Parágrafo 2º. Si para dar soporte a este Reglamento no existen en Colombia acreditados por la entidad de acreditación al menos un (1) organismo de certificación y un (1) laboratorio, será válido cualquiera de los siguientes certificados:

- a) Los Certificados de Conformidad expedidos por organismos de certificación de producto, acreditados por la entidad de acreditación bajo normas voluntarias con alcance específico para los productos aquí contemplados. Este organismo de certificación podrá soportarse en ensayos realizados en laboratorios aprobados por dicho organismo certificador.
- b) **Las Declaraciones de Conformidad del Proveedor.** Los fabricantes en Colombia así como los importadores de los productos sometidos al presente Reglamento Técnico, suscribirán la Declaración de Conformidad del Proveedor de estos productos, de acuerdo con los requisitos y formatos establecidos en la Norma Técnica Colombiana NTC-ISO/IEC 17050 (Partes 1 y 2).

La Declaración de Conformidad del Proveedor de que trata el inciso anterior, presume que el declarante ha efectuado, por su cuenta, las verificaciones, inspecciones y los ensayos requeridos en el presente Reglamento Técnico y, por tanto, proporciona bajo su responsabilidad una declaración de que los productos

Continuación de la Resolución Por la cual se expide el reglamento técnico para utensilios de vidrio y vitrocerámica en contacto con alimentos, utensilios de cerámica empleados en la cocción en contacto con los alimentos y, vajillería cerámica de uso institucional, que se fabriquen o importen para su comercialización en Colombia, y se deroga la Resolución 0408 del 7 de marzo de 2005.

incluidos en la misma están en conformidad con los requisitos especificados en este Reglamento Técnico.

Parágrafo 3º. Si para dar soporte a este Reglamento existe en Colombia al menos un (1) organismo de certificación acreditado por la entidad de acreditación, y no existe al menos un (1) laboratorio acreditado por dicha entidad, será válido cualquiera de los siguientes certificados:

- a) Los Certificados de Conformidad expedidos por el organismo de certificación acreditado por la entidad de acreditación, que para el efecto se soporte en ensayos realizados en laboratorios de la (ILAC), o podrá soportarse en ensayos realizados en laboratorios aprobados por dicho organismo certificador.
- b) Las Declaraciones de Conformidad del Proveedor, de que trata el literal b) del parágrafo 2º del presente artículo.

Parágrafo 4º. Si algún laboratorio recibe la acreditación por parte de la entidad de acreditación para soportar el presente Reglamento, dicho laboratorio debe responsabilizarse ante sus clientes y ante el Estado por la ejecución técnica y oportuna de los trabajos de ensayos que se le hayan encomendado. Para ello, si al laboratorio no le es posible atender alguna solicitud para la realización de los ensayos, deberá informarlo por escrito a su organismo de certificación acreditado. En consecuencia, el organismo de certificación acreditado deberá apoyarse en otros laboratorios acreditados, si existen.

Demostrada la imposibilidad técnica para que algún laboratorio acreditado en Colombia realice oportunamente los ensayos técnicos contemplados en el presente Reglamento, el organismo de certificación acreditado deberá emitir una constancia por escrito al solicitante, explicando razones de dicha imposibilidad. El solicitante, fabricante o importador, podrá demostrar la conformidad con el presente Reglamento Técnico utilizando la Declaración de Conformidad del Proveedor, suscrita de acuerdo con lo dispuesto en el literal b) del parágrafo 2º del presente artículo, para lo cual, se deberá anexar la constancia a la declaración de conformidad del proveedor correspondiente.

Artículo 8º. Certificados para demostrar la Conformidad. Los fabricantes en Colombia así como los importadores de los productos sometidos al presente Reglamento Técnico, deberán demostrar su cumplimiento a través de cualquiera de los siguientes certificados de conformidad, expedido de acuerdo con el Artículo 7º del presente Reglamento Técnico:

1. Certificado por vajilla, o lote de vajillas, únicamente para el lote muestreado, según lo indicado en lo pertinente en el numeral 5.3 de este Reglamento.
2. Marca o sello de conformidad, que permitirá ingresar al país los productos aquí contemplados mientras el sello o marca esté vigente de acuerdo con las condiciones de su expedición, cualquiera que sea su cantidad y frecuencia.
3. Certificado de tipo para los productos de que trata el numeral 5.4 del artículo 5º del presente Reglamento Técnico, mientras se mantienen las condiciones y especificaciones de fabricación.

Artículo 9. Entidades de vigilancia y control. La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN, de acuerdo con las normas vigentes o las que las modifiquen,

Continuación de la Resolución Por la cual se expide el reglamento técnico para utensilios de vidrio y vitrocerámica en contacto con alimentos, utensilios de cerámica empleados en la cocción en contacto con los alimentos y, vajillería cerámica de uso institucional, que se fabriquen o importen para su comercialización en Colombia, y se deroga la Resolución 0408 del 7 de marzo de 2005.

adicionen o substituyan, ejercerá las actuaciones que le correspondan con respecto al presente Reglamento Técnico.

La Superintendencia de Industria y Comercio – SIC o la entidad que haga sus veces, en ejercicio de las facultades de vigilancia y control establecidas en los Decretos 3466 de 1982 y 2153 de 1992, es la Entidad competente para vigilar, controlar y hacer cumplir las prescripciones contenidas en este Reglamento Técnico.

Artículo 10. Régimen sancionatorio. Sin perjuicio de lo contemplado en las demás disposiciones legales vigentes, no se permitirá la comercialización dentro del territorio Colombiano de los productos aquí contemplados, si para tales productos no se satisface la veracidad y suficiencia de la información suministrada y no se cumple con los demás requisitos técnicos aquí establecidos, con fundamento en los procedimientos de evaluación de la conformidad definidos en el presente Reglamento Técnico.

Artículo 11. Responsabilidad de fabricantes e importadores. La responsabilidad civil, penal y/o fiscal originada en la inobservancia de las disposiciones contenidas en el presente Reglamento Técnico, será la que determinen las disposiciones legales vigentes y recaerá en forma individual en los fabricantes e importadores en Colombia, y en el organismo de certificación que dio la conformidad a los productos objeto de este Reglamento Técnico, sin que se cumplieran las prescripciones contenidas en esta Resolución.

Artículo 12. Información de organismos de certificación, de inspección y de laboratorios acreditados. La Superintendencia de Industria y Comercio – SIC o la entidad que haga sus veces es el ente encargado de suministrar la información sobre los organismos de certificación acreditados o reconocidos, de los organismos de inspección acreditados, así como de los laboratorios de ensayos y calibración acreditados, de su competencia.

Artículo 13. Prevención por disposiciones de otras entidades. Los fabricantes en Colombia, comercializadores e importadores de los productos de que trata el Artículo 3º de este Reglamento Técnico, deberán verificar las disposiciones que para tales productos se hayan establecido.

Artículo 14. Registro de fabricantes e importadores. Para poder comercializar los productos incluidos en el Artículo 3º de este Reglamento Técnico, los fabricantes en Colombia como los importadores de tales productos, deberán estar inscritos en el Registro de Fabricantes e Importadores de productos o servicios sujetos al cumplimiento de Reglamentos Técnicos, establecido por la Superintendencia de Industria y Comercio – SIC o la entidad que haga sus veces.

Artículo 15. Anexos. Hacen parte integrante de la presente Resolución los textos de los siguientes Anexos:

- Anexo No. 1: NTC-3536 del 19 de mayo de 1993;
- Anexo No. 2: NTC 3537 del 21 de mayo de 1993;
- Anexo No. 3: NTC 916 Tercera Actualización del 27 de octubre de 1999, y
- Anexo No. 4: NTC 4634 del 28 de julio de 1999.

Artículo 16. Revisión y actualización. El presente Reglamento Técnico podrá ser revisado y/o actualizado, por lo menos cada cinco (5) años durante su vigencia.

Continuación de la Resolución Por la cual se expide el reglamento técnico para utensilios de vidrio y vitrocerámica en contacto con alimentos, utensilios de cerámica empleados en la cocción en contacto con los alimentos y, vajillería cerámica de uso institucional, que se fabriquen o importen para su comercialización en Colombia, y se deroga la Resolución 0408 del 7 de marzo de 2005.

Artículo 17. Notificación. Una vez publicada la presente Resolución, notifíquese a través del Punto de Contacto a los países miembros de la Comunidad Andina, de la Organización Mundial del Comercio y de los Tratados de Libre Comercio de los cuales Colombia haga parte.

Artículo 18. Vigencia. De conformidad con lo señalado en el Numeral 2.12 del Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio de la OMC y con el Numeral 5º del Artículo 9º de la Decisión 562 de la Comisión de la Comunidad Andina, la presente Resolución entrará en vigencia ocho (8) meses contados a partir de la fecha de su publicación. No obstante:

1. A los productos fabricados antes del 11 de enero de 2008, que se encuentren en calidad de inventario en el territorio nacional, excepto los facturados y despachados de que trata el literal f) del Artículo 3º de esta Resolución, se les aplicará este Reglamento Técnico a partir de la entrada en vigencia de esta Resolución. El fabricante o importador deberá conservar y presentar a la autoridad de control competente los documentos probatorios que acrediten tal circunstancia, cuando sean requeridos.
2. Hasta tanto entre en vigencia la presente Resolución, alternativamente a lo contemplado en artículo 5º de la Resolución 0408 de 2005, se permitirá que la etiqueta esté adherida o pegada al cuerpo del utensilio o su empaque.
3. Hasta tanto entre en vigencia la presente Resolución, alternativamente a lo contemplado en el artículo 6º de la Resolución 0408 de 2005, se permite utilizar la Declaración de Conformidad del Proveedor de que trata el literal b) del parágrafo 2º del presente artículo.

Artículo 19. Derogatorias. A partir de la entrada en vigencia de la presente Resolución se deroga la Resolución 0408 del 7 de marzo de 2005 y las disposiciones que le sean contrarias.

NOTIFÍQUESE, COMUNÍQUESE, PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE.


Dada en Bogotá, D.C., a los 21 de Julio de 2008.

DIEGO PALACIO BETANCOURT
Ministro de la Protección Social

LUIS GUILLERMO PLATA PÁEZ
Ministro de Comercio, Industria y Turismo

Anexo B. Encuestas

Casas de Banquetes


AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: Casa de balneario Ciudad: Nedeehm 15 años expe- ~~200~~ 1995

Nombre del Entrevistado: Diego Luis Martinez Pineda Cargo: _____ E-mail: invercasamartinez@une.net.co
3119209

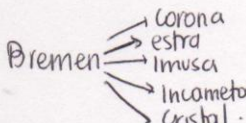
- Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
 - a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación
- Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
 - a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - c. Más de 5 y 10
 - d. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

- Cuáles son sus proveedores de vajillas
Corona (Bremen)
- Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
 - a. Si b. No
 Por qué:
Son cumplidos con el servicio de reposición
- Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
 - a. De contado
 - b. Crédito Plazo: 1-3 meses
- Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
 - a. Si b. No
 Cuáles:
Descuentos, promociones, enimas.
- Por qué:
por llevar mucho tiempo con ellos.

- Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
 - a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. Otro
 Cuál: _____
- Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
 - a. Si b. No
 Por qué:
Siempre estan a los tos con el servicio de reposición
- Cuál de los siguientes aspectos son los más importantes para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
 - a. Calidad: 2
 - b. Diseño: 3
 - c. Precio: 1
 - d. Servicio: 4
 - e. Otro: Cuál: _____
- Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
 - a. Calidad:
 - b. Diseño:
 - c. Precio:
 - d. Servicio:
 - e. Otro: Cuál: _____
 Por qué:
Porque siempre los productos tienen las mismas formas!

Pablo Gomez → Representante de Bremen





Información sobre la vajilla

- 11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 - a. Si b. No
- 12. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 - a. Redonda b. Ovalada
 - c. Cuadrada d. Otra
 - Cual Redonda Metalica-
- 13. Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 - a. Textura
 - b. Color
 - c. Impresos
 - d. Formas
 - e. Otro, Cuál. Entre mas simples mejor.
- 14. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un puesto de vajilla que reuniera todas las características esperadas.
 80-100 mil pesos

Procesos administrativos de la empresa

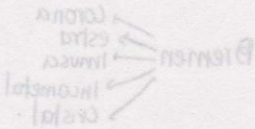
- 15. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 - a. Menos de 1 año
 - b. Entre 1 año y 2 años
 - c. Entre 2 años y 5 años
 - d. 5 años en adelante
 - e. Otro, Cuál. _____
- 16. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:
 - a. Daños de las piezas
 - b. Pérdidas de piezas
 - c. Ciclo de vida del producto
 - d. Accidentes
 - e. Otro
 - Cuál: _____

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

- 17. Conoce la marca Ambiente Gourmet
 - a. Si b. No
 (Si su respuesta es negativa no continúe con esta encuesta)
- 18. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:
 - a. Excelente
 - b. Bueno
 - c. Regular
 - d. Malo
 Por qué: tienen diseños sobrios y bonitos, ≠ a los demas
- 19. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.
 - a. Si b. No
 (Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).
- 20. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.
 1. Precios elevados
 2. ya hay un proveedor que satisface mis necesidades
 3. _____
- 21. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.
 - a. Excelente: b. Bueno:
 - c. Regular: d. Malo:
 Por qué: _____

Muchas gracias por su colaboración!!

Pablo Gomez - Representante de Bremen





AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: ^(XIPPOS) HIPPPOS - Celebraciones Cathopol Ciudad: Medellin

Nombre del Entrevistado: Alma Rocio Carrasco Cargo: _____ E-mail: Celebraciones@epm.net.co

- Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
 - Menos de 5 años de operación
 - Entre 5 y 10 años de operación
 - Más de 10 años de operación
- Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
 - Solo uno
 - Más de 1 y 5
 - Más de 5 y 10
 - Más de 10

Información del proveedor de vajillas

- Cuales son sus proveedores de vajillas
(Bremen) corona
- Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
 - Si b. No
 Por qué: _____

- Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
 - De contado
 - Crédito Plazo: 30 días
aveces anticipado
- Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
 - Si b. No
 Cuáles: _____

 Por qué: 10% 20% por llevar
tiempo con ellos

- Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
 - Visita de un vendedor
 - Desplazamiento al punto de venta
 - Compra por Internet
 - Otro
 Cuál: _____
- Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
 - Si b. No
 Por qué: buen servicio y servicio de
reposición rapido
- Cuál de los siguientes aspectos son los más importantes para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:

a. Calidad:	<input checked="" type="checkbox"/> 2	b. Diseño:	<input checked="" type="checkbox"/> 3
c. Precio:	<input checked="" type="checkbox"/> 1	d. Servicio:	<input checked="" type="checkbox"/> 4
e. Otro:	<input type="checkbox"/>	Cual:	_____
- Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:

a. Calidad:	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Diseño:	<input checked="" type="checkbox"/>
c. Precio:	<input type="checkbox"/>	d. Servicio:	<input type="checkbox"/>
e. Otro:	<input type="checkbox"/>	Cual:	_____

 Por qué: _____



Información sobre la vajilla

- 11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 - a. Si
 - b. No
- 12. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 - a. Redonda
 - b. Ovalada
 - c. Cuadrada
 - d. Otra
 Cual: _____
- 13. Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 - a. Textura
 - b. Color
 - c. Impresos
 - d. Formas
 - e. Otro, Cuál. _____
- 14. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un puesto de vajilla que reuniera todas las características esperadas.

90-120 mil pesos

Procesos administrativos de la empresa

- 15. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 - a. Menos de 1 año
 - b. Entre 1 año y 2 años
 - c. Entre 2 años y 5 años
 - d. 5 años en adelante
 - e. Otro, Cuál. Se hacen reposiciones constantemente
- 16. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:
 - a. Daños de las piezas
 - b. Pérdidas de piezas
 - c. Ciclo de vida del producto
 - d. Accidentes
 - e. Otro
 Cuál: _____

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

- 17. Conoce la marca Ambiente Gourmet
 - a. Si
 - b. No
 (Si su respuesta es negativa no continúe con esta encuesta)
- 18. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:
 - a. Excelente
 - b. Bueno
 - c. Regular
 - d. Malo
 Por qué: Son productos muy bonitos diferentes a los demás
- 19. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.
 - a. Si
 - b. No
 (Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).
- 20. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.
 1. _____
 2. _____
 3. _____
- 21. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.
 - a. Excelente:
 - b. Bueno:
 - c. Regular:
 - d. Malo:
 Por qué: En llega rapida de los productos productos de buena calidad

Muchas gracias por su colaboración!!

Por qué: 101. por llevar



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: Casa Maiknez Ciudad: Medellín

Nombre del Entrevistado: Diego Luiz Martinez Pineda Cargo: _____ E-mail: Invercasamartinez@une.net.co

- Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
 - Menos de 5 años de operación
 - Entre 5 y 10 años de operación
 - Más de 10 años de operación
- Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
 - Solo uno
 - Más de 1 y 5
 - Más de 5 y 10
 - Más de 10

Información del proveedor de vajillas

- Cuales son sus proveedores de vajillas
Corona. (Bremen)
- Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
 - Si b. NoPor qué:
Son cumplidos con el servicio de reposición
- Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
 - De contado
 - Crédito Plazo: 1-3 meses
- Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
 - Si b. NoCuáles:
Descuentos, promociones encimaPor qué:
por llevar mucho tiempo con ellos.

- Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
 - Visita de un vendedor
 - Desplazamiento al punto de venta
 - Compra por Internet
 - OtroCuál: _____
- Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
 - Si b. NoPor qué:
Siempre están atentos con el servicio de reposición
- Cuál de los siguientes aspectos son los más importantes para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
 - Calidad: 2
 - Diseño: 4
 - Precio: 1
 - Servicio:
 - Otro:Cuál: _____
- Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
 - Calidad:
 - Diseño:
 - Precio:
 - Servicio:
 - Otro:Por qué: _____



Información sobre la vajilla

- 11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 - a. Si
 - b. No
- 12. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 - a. Redonda
 - b. Ovalada
 - c. Cuadrada
 - d. Otra
 - Cual: _____
- 13.Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 - a. Textura
 - b. Color
 - c. Impresos
 - d. Formas
 - e. Otro, Cuál. Entremos simple mejor
- 14. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un puesto de vajilla que reuniera todas las características esperadas.

80-100 mil pesos.

Procesos administrativos de la empresa

- 15. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 - a. Menos de 1 año
 - b. Entre 1 año y 2 años
 - c. Entre 2 años y 5 años
 - d. 5 años en adelante
 - e. Otro, Cuál. _____
- 16. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:
 - a. Daños de las piezas
 - b. Pérdidas de piezas
 - c. Ciclo de vida del producto
 - d. Accidentes
 - e. Otro
 - Cuál: _____

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

- 17. Conoce la marca Ambiente Gourmet
 - a. Si
 - b. No

(Si su respuesta es negativa no continúe con esta encuesta)
- 18. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:
 - a. Excelente
 - b. Bueno
 - c. Regular
 - d. Malo

Por qué: tienen diseños sobrios, bonitos ≠ atos demos.
- 19. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.
 - a. Si
 - b. No

(Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).
- 20. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.
 - 1. Precos elevados.
 - 2. hay un proveedor que satisface sus necesidades.
 - 3. _____
- 21. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.
 - a. Excelente:
 - b. Bueno:
 - c. Regular:
 - d. Malo:

Por qué: _____

Muchas gracias por su colaboración!!

Handwritten notes and signatures at the bottom of the page.



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: Casa Molina Ciudad: Medellín
Nombre del Entrevistado: _____ Cargo: _____ E-mail: casamolina@one.net.co

1. Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
- a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación
2. Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
- a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - b. Más de 5 y 10
 - c. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

3. Cuales son sus proveedores de vajillas
- Brenier
Juan de Hoyos
4. Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
- a. Si b. No
- Por qué: _____
5. Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
- a. De contado
 - b. Crédito Plazo: 30 días
6. Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
- a. Si b. No
- Cuáles: _____
- Por qué: _____

7. Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
- a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. Otro
- Cuál: Teléfono
8. Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
- a. Si b. No
- Por qué: Algunas veces no han disponibilidad a tiempo.
9. Cuál de los siguientes aspectos son lo más importante para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
- | | | | |
|-------------|----------------------------|--------------|----------------------------|
| a. Calidad: | <input type="checkbox"/> 1 | b. Diseño: | <input type="checkbox"/> 4 |
| c. Precio: | <input type="checkbox"/> 2 | d. Servicio: | <input type="checkbox"/> 3 |
| e. Otro: | <input type="checkbox"/> | Cuál: | _____ |
10. Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
- | | | | |
|-------------|--------------------------|--------------|-------------------------------------|
| a. Calidad: | <input type="checkbox"/> | b. Diseño: | <input type="checkbox"/> |
| c. Precio: | <input type="checkbox"/> | d. Servicio: | <input checked="" type="checkbox"/> |
| e. Otro: | <input type="checkbox"/> | Cuál: | _____ |
- Por qué: De reposición



Información sobre la vajilla

- 11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 - a. Si b. No
- 12. Si pudiera cambiarle algo a la vajilla actual, cuál de los siguientes elementos le cambiaría. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
 - a. Diseño b. Material
 - c. Resistencia d. Tamaño
 - e. Calidad f. Forma
 - g. Otra: Cuál Ninguno
- 13. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 - a. Redonda b. Ovalada
 - c. Cuadrada d. Otra
 - Cual _____
- 14.Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 - a. Textura
 - b. Color
 - c. Impresos
 - d. Formas
 - e. Otro, Cuál: _____
- 15. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un puesto de vajilla que reuniera todas las características esperadas.
 - a. \$50.000 - \$150.000
 - b. \$150.000 - \$250.000
 - c. \$250.000 - \$500.000
 - d. \$500.000 en adelante
- 16. Cuántos tipos de vajilla maneja la empresa: Especifique cuáles:
 - Cuántos Tipos: 1
 - Cuáles: _____

Procesos administrativos de la empresa

- 17. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 - a. Entre 1 año y 2 años
 - b. Entre 2 años y 5 años
 - c. 5 años en adelante
 - X - Cada vez que se necesita.

18. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:

- a. Daños de las piezas
- b. Pérdidas de piezas
- c. Ciclo de vida del producto
- d. Accidentes
- e. Otro
- Cuál: _____

19. Especifique quién en la empresa es el encargado de comprar la vajilla.

Cargo: _____

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

20. Como percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet: No la conoce

- a. Excelente
- b. Bueno
- c. Regular
- d. Malo
- Por qué: _____

21. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.

- a. Si b. No
- (Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).

22. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.

- 1. _____
- 2. _____
- 3. _____


23. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.

- a. Excelente: b. Bueno:
- c. Regular: d. Malo:
- Por qué: _____

Muchas gracias por su colaboración!!!

Anexo B. Encuestas

Clubes



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: corp. Campeshe Diana Ma Rendon para Ciudad: Medellin.

Nombre del Entrevistado: Diana Ma Rendon Cargo: Jefe Cordinador suministros E-mail: compra@clubcampeshe.com.co

- 1/ Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
 - a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación 85
- 2/ Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
 - a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5 2
 - b. Más de 5 y 10
 - c. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

- 3/ Cuales son sus proveedores de vajillas

Bienven si es para cat. Restaurante o eventos.
- 4/ Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
 - a. Si b. No

Por qué: Cumplido / Respuesta rápida / Abanico bastante interesante
- 5/ Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
 - a. De contado
 - Crédito Plazo: 30-60 días
- 6/ Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
 - a. Si b. No

Cuáles: _____

Por qué: _____

- 7/ Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
 - a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. Otro

Cuál: _____
- 8/ Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
 - a. Si b. No

Por qué: Siempre hay disponibilidad y bastante alternativa de productos.
- 9/ Cuál de los siguientes aspectos son lo más importante para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:

a. Calidad: <input checked="" type="checkbox"/> <u>2</u>	b. Diseño: <input checked="" type="checkbox"/> <u>1</u>
c. Precio: <input checked="" type="checkbox"/> <u>3</u>	d. Servicio: <input checked="" type="checkbox"/> <u>4</u>
e. Otro: <input type="checkbox"/>	Cuál: _____
- 10/ Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual: Chef

a. Calidad: <input type="checkbox"/>	b. Diseño: <input checked="" type="checkbox"/> <u>1</u>
c. Precio: <input type="checkbox"/>	d. Servicio: <input type="checkbox"/>
e. Otro: <input type="checkbox"/>	Cual: _____

Por qué: _____



Información sobre la vajilla

11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 a. Si b. No *Abiertos a nuevas alternativas*
12. Si pudiera cambiarse algo a la vajilla actual, cuál de los siguientes elementos le cambiaría. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
 a. Diseño b. Material
 c. Resistencia d. Tamaño
 e. Calidad f. Forma
 g. Otra: Cuál
Tendencia
13. *Depende han que miras en el modo y ver la moda.*
 Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 a. Redonda b. Ovalada
 c. Cuadrada d. Otra
 Cual
14. *Juego*
 Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 a. Textura *chef*
 b. Color
 c. Impresos
 d. Formas
 e. Otro, Cuál. *entre mas simple mejor.*
15. *Juego*
 Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un ^{puesto} de vajilla que reuniera todas las características esperadas.
 a. \$50.000 - \$150.000
 b. \$150.000 - \$250.000
 c. \$250.000 - \$500.000
 d. \$500.000 en adelante
16. *Juego*
 Cuántos tipos de vajilla maneja la empresa: Especifique cuáles:
 Cuántos Tipos: _____
 Cuáles: _____

Procesos administrativos de la empresa

17. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 a. Entre 1 año y 2 años *chef*
 b. Entre 2 años y 5 años
 c. 5 años en adelante
 Constantemente (3 meses)

18. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:
 a. Daños de las piezas
 b. Pérdidas de piezas
 c. Ciclo de vida del producto
 d. Accidentes
 e. Otro
 Cuál: _____

19. Especifique quién en la empresa es el encargado de comprar la vajilla.
 Cargo: _____

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

20. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:
 a. Excelente
 b. Bueno
 c. Regular
 d. Malo

Por qué:
buena de dureza, cosas muy bonitas y novedosa. Invitar a la compra. Están a la tendencia.

21. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.
 a. Si b. No
 (Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).

22. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.
 1. _____
 2. _____
 3. _____

23. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.
 a. Excelente: b. Bueno:
 c. Regular: d. Malo:
 Por qué:
Buena atención y la asesoría, super bien con los productos.

Muchas gracias por su colaboración!!!



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: Country club Ciudad: Medellín
Nombre del Entrevistado: Mariavictoria ua Cargo: compras E-mail: mzea@countryclub.com
kabel

1. Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
- a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación
2. Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
- a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - c. Más de 5 y 10
 - d. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

3. Cuales son sus proveedores de vajillas
Corona (Poremén)
4. Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
- a. Si b. No
- Por qué:
My cumplidos y pendientes del servicio
5. Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
- a. De contado
 - Crédito Plazo: 30-45 días
6. Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
- a. Si b. No
- Cuáles:
10%, 20%, promociones
- Por qué:
Descuentos por buen cliente

7. Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
- a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. Otro
- Cuál: _____
8. Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
- a. Si b. No
- Por qué:
Siempre estan atentos y dispuestos a entender
9. Cuál de los siguientes aspectos son los más importantes para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
- a. Calidad: 2
 - b. Diseño: 3
 - c. Precio: 1
 - d. Servicio: 4
 - e. Otro: Cuál: _____
10. Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
- a. Calidad:
 - b. Diseño:
 - c. Precio:
 - d. Servicio:
 - e. Otro: Cuál: _____
- Por qué:
Los estilos siempre son los mismos



Información sobre la vajilla

- 11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 - a. Si
 - b. No
- 12. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 - a. Redonda
 - b. Ovalada
 - c. Cuadrada
 - d. Otra
 - Cual _____
- 13. Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 - a. Textura
 - b. Color
 - c. Impresos
 - d. Formas
 - e. Otro, Cuál. _____
- 14. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un puesto de vajilla que reuniera todas las características esperadas.

80 - 120 mil pesos.

Procesos administrativos de la empresa

- 15. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 - a. Menos de 1 año
 - b. Entre 1 año y 2 años
 - c. Entre 2 años y 5 años
 - d. 5 años en adelante
 - e. Otro, Cuál. _____
- 16. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:
 - a. Daños de las piezas
 - b. Pérdidas de piezas
 - c. Ciclo de vida del producto
 - d. Accidentes
 - e. Otro
 - Cuál: _____

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

- 17. Conoce la marca Ambiente Gourmet
 - a. Si
 - b. No

(Si su respuesta es negativa no continúe con esta encuesta)
- 18. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:
 - a. Excelente
 - b. Bueno
 - c. Regular
 - d. Malo

Por qué: Elegantes, finos, caros.
- 19. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.
 - a. Si
 - b. No

(Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).
- 20. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.
 1. _____
 2. _____
 3. _____
- 21. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.
 - a. Excelente:
 - b. Bueno:
 - c. Regular:
 - d. Malo:

Por qué: Aunque solo compramos pocos productos nos fue muy bien con ellos -

Muchas gracias por su colaboración!!



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: Club Medellín Ciudad: Medellín

Nombre del Entrevistado: _____ Cargo: _____ E-mail: compras@clubmedellin.com

1. Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
- a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación
2. Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
- a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - b. Más de 5 y 10
 - c. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

3. Cuales son sus proveedores de vajillas
- Colana (Bremen) porque tiene todas las marcas
4. Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
- a. Si b. No
- Por qué: Cumplido, respuesta Rapida.

5. Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
- a. De contado
 - b. Crédito Plazo: 30-45 días

6. Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
- a. Si b. No
- Cuáles: _____
- Por qué: _____

7. Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
- a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. Otro
- Cuál: _____
8. Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
- a. Si b. No
- Por qué: Disponibilidad Servicio de reposición

9. Cuál de los siguientes aspectos son los más importantes para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
- a. Calidad: 2
 - b. Diseño: 4
 - c. Precio: 1
 - d. Servicio: 3
 - e. Otro:
- Cuál: _____
10. Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
- a. Calidad:
 - b. Diseño:
 - c. Precio:
 - d. Servicio:
 - e. Otro:
- Por qué: _____



Información sobre la vajilla

- 11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 - a. Si
 - b. No
- 12. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 - a. Redonda
 - b. Ovalada
 - c. Cuadrada
 - d. Otra
 Cual _____
- 13. Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 - a. Textura
 - b. Color
 - c. Impresos
 - d. Formas
 - e. Otro, Cuál. _____
- 14. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un puesto de vajilla que reuniera todas las características esperadas.

80-100 mil pesos.

Procesos administrativos de la empresa

- 15. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 - a. Menos de 1 año
 - b. Entre 1 año y 2 años
 - c. Entre 2 años y 5 años
 - d. 5 años en adelante
 - e. Otro, Cuál. _____
- 16. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:
 - a. Daños de las piezas
 - b. Pérdidas de piezas
 - c. Ciclo de vida del producto
 - d. Accidentes
 - e. Otro
 Cuál: _____

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

- 17. Conoce la marca Ambiente Gourmet
 - a. Si
 - b. No
 (Si su respuesta es negativa no continúe con esta encuesta)
- 18. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:
 - a. Excelente
 - b. Bueno
 - c. Regular
 - d. Malo
 Por qué: _____

- 19. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.
 - a. Si
 - b. No
 (Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).
- 20. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.
 1. _____
 2. _____
 3. _____
- 21. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.
 - a. Excelente:
 - b. Bueno:
 - c. Regular:
 - d. Malo:
 Por qué: _____

Muchas gracias por su colaboración!!



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: Club Bodeo Ciudad: Medellín

Nombre del Entrevistado: _____ Cargo: _____ E-mail: _____

- Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
 - Menos de 5 años de operación
 - Entre 5 y 10 años de operación
 - Más de 10 años de operación
- Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
 - Solo uno
 - Más de 1 y 5
 - Más de 5 y 10
 - Más de 10

Información del proveedor de vajillas

- Cuales son sus proveedores de vajillas
Corona
- Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
 - Si b. NoPor qué:
buena servicio de reposición

- Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
 - De contado
 - Crédito Plazo: 30-45 días.

- Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
 - Si b. NoCuáles:
10, 20%
Por qué:
por tiempo de compra descuentos especiales.

- Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
 - Visita de un vendedor
 - Desplazamiento al punto de venta
 - Compra por Internet
 - OtroCuál: _____

- Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
 - Si b. NoPor qué:
Muy cumplidos con el servicio de reposición

- Cuál de los siguientes aspectos son los más importantes para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
 - Calidad: 3
 - Diseño: 4
 - Precio: 1
 - Servicio: 2
 - Otro:Cuál: _____

- Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
 - Calidad:
 - Diseño:
 - Precio:
 - Servicio:
 - Otro:Por qué: _____



Información sobre la vajilla

11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 a. Sí b. No
12. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 a. Redonda b. Ovalada
 c. Cuadrada d. Otra
 Cual _____
- 13.Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 a. Textura
 b. Color
 c. Impresos
 d. Formas
 e. Otro, Cuál. _____
14. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un puesto de vajilla que reuniera todas las características esperadas.

 80-120 milpesos

Procesos administrativos de la empresa

15. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 a. Menos de 1 año
 b. Entre 1 año y 2 años
 c. Entre 2 años y 5 años
 d. 5 años en adelante
 e. Otro, Cuál. _____
16. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:
 a. Daños de las piezas
 b. Pérdidas de piezas
 c. Ciclo de vida del producto
 d. Accidentes
 e. Otro
 Cuál: _____

Percepción de la marca Ambiente Gourmet


17. Conoce la marca Ambiente Gourmet
 a. Sí b. No
 (Si su respuesta es negativa no continúe con esta encuesta)
18. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:
 a. Excelente
 b. Bueno
 c. Regular
 d. Malo
 Por qué: _____

19. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.
 a. Sí b. No
 (Si su respuesta es negativa continúe con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).
20. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.
 1. _____
 2. _____
 3. _____
21. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.
 a. Excelente: b. Bueno:
 c. Regular: d. Malo:
 Por qué: _____

Muchas gracias por su colaboración!!

Anexo B. Encuestas

Hoteles

 AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: Art Hotel Ciudad: Medellín

Nombre del Entrevistado: _____ Cargo: _____ E-mail: info@arthotel.com.co

1. Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:

- a. Menos de 5 años de operación
- b. Entre 5 y 10 años de operación
- c. Más de 10 años de operación

2. Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:

- a. Solo uno
- b. Más de 1 y 5
- b. Más de 5 y 10
- c. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

3. Cuales son sus proveedores de vajillas

Corona
Impollados

4. Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.

- a. Si b. No

Por qué: _____

5. Qué forma de pago utiliza con sus proveedores

- a. De contado
- b. Crédito Plazo: 30-90 días

6. Su proveedor le ofrece descuentos especiales.

- a. Si b. No

Cuáles: Porcentajes (1-2)

Por qué: _____

7. Cómo es el proceso de compra de la vajilla.

- a. Visita de un vendedor
- b. Desplazamiento al punto de venta
- c. Compra por Internet
- d. Otro

Cuál: _____

8. Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.

- a. Si b. No

Por qué: Porque algunas veces no tiene disponibilidad de productos.

9. Cuál de los siguientes aspectos son los más importantes para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:

- a. Calidad: 1
- b. Diseño: 2
- c. Precio: 3
- d. Servicio: 4
- e. Otro:

Cuál: _____

10. Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:

- a. Calidad:
- b. Diseño:
- c. Precio:
- d. Servicio:
- e. Otro:

Por qué: _____



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: Hotel Dann Carlton Ciudad: Medellín

Nombre del Entrevistado: _____ Cargo: _____ E-mail: dorcuipo@danncarlton.com

1. Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
- a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación

2. Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
- a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - c. Más de 5 y 10
 - d. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

3. Cuales son sus proveedores de vajillas
- Corona

4. Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
- a. Si b. No
- Por qué: _____

5. Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
- a. De contado
 - b. Crédito Plazo: 30-45 días

6. Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
- a. Si b. No
- Cuáles: Porcentajes, productos
- Por qué: _____

7. Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
- a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. Otro
- Cuál: _____

8. Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
- a. Si b. No
- Por qué: Compras y disponibilidad

9. Cuál de los siguientes aspectos son los más importantes para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
- a. Calidad: 1
 - b. Diseño: 4
 - c. Precio: 2
 - d. Servicio: 3
 - e. Otro: Cuál: _____

10. Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
- a. Calidad:
 - b. Diseño:
 - c. Precio:
 - d. Servicio:
 - e. Otro: Cuál: Ninguno
- Por qué: _____



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: Hotel Hotel Poblado Ciudad: Nedellín

Nombre del Entrevistado: Alejandra Cargo: _____ E-mail: alejandra.valencia@hotelpoblado.com

1. Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
- a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación

2. Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
- a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - b. Más de 5 y 10
 - c. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

3. Cuales son sus proveedores de vajillas
- Importadas
Corona

4. Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
- a. Si b. No
- Por qué: _____

5. Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
- a. De contado
 - b. Crédito Plazo: 30-90 días

6. Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
- a. Si b. No
- Cuáles: 10%
- Por qué: _____

7. Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
- a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. Otro
- Cuál: Vía telefónica

8. Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
- a. Si b. No
- Por qué: _____

Arrivas algunas veces no hay disponibilidad (importadas)

9. Cuál de los siguientes aspectos son los más importantes para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
- a. Calidad: 1
 - b. Diseño: 2
 - c. Precio: 4
 - d. Servicio: 3
 - e. Otro: Cuál: _____

10. Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
- a. Calidad:
 - b. Diseño:
 - c. Precio:
 - d. Servicio:
 - e. Otro: Cual: _____
- Por qué: _____

para vajillas importadas



Información sobre la vajilla

11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 a. Si b. No
12. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 a. Redonda b. Ovalada
 c. Cuadrada d. Otra
 Cual _____
13. Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 a. Textura
 b. Color
 c. Impresos
 d. Formas
 e. Otro, Cuál. _____
14. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un puesto de vajilla que reuniera todas las características esperadas.
 \$ 80.000 - \$ 130.000

Procesos administrativos de la empresa

15. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 a. Menos de 1 año
 b. Entre 1 año y 2 años
 c. Entre 2 años y 5 años
 d. 5 años en adelante
 e. Otro, Cuál. _____
16. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:
 a. Daños de las piezas
 b. Pérdidas de piezas
 c. Ciclo de vida del producto
 d. Accidentes
 e. Otro
 Cuál: _____

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

17. Conoce la marca Ambiente Gourmet
 a. Si b. No
 (Si su respuesta es negativa no continúe con esta encuesta)
18. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:
 a. Excelente
 b. Bueno
 c. Regular
 d. Malo
 Por qué:
Productos novedosos y variedad de complementos
19. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.
 a. Si b. No
 (Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).
20. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.
 1. _____
 2. _____
 3. _____
21. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.
 a. Excelente: b. Bueno:
 c. Regular: d. Malo:
 Por qué:

Muchas gracias por su colaboración!!



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: Four Point by Sheridan Ciudad: Medellín

Nombre del Entrevistado: _____ Cargo: _____ E-mail: compras@fourpointmedellin.com

1. Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
- a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación

2. Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
- a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - b. Más de 5 y 10
 - c. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

3. Cuales son sus proveedores de vajillas
- Corona
Tylo

4. Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
- a. Si b. No
- Por qué: _____

5. Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
- a. De contado
 - b. Crédito Plazo: 30 días

6. Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
- a. Si b. No
- Cuales: ✓
- Por qué: _____

7. Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
- a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. Otro
- Cuál: _____

8. Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
- a. Si b. No
- Por qué: Aunque a veces incumple con el tiempo

9. Cuál de los siguientes aspectos son los más importantes para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
- a. Calidad: 1
 - b. Diseño: 4
 - c. Precio: 2
 - d. Servicio: 3
 - e. Otro: Cuál: _____

10. Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
- a. Calidad:
 - b. Diseño:
 - c. Precio:
 - d. Servicio:
 - e. Otro: Cual: Ninguno
- Por qué: _____



Información sobre la vajilla

- 11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 - a. Si
 - b. No
- 12. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 - a. Redonda
 - b. Ovalada
 - c. Cuadrada
 - d. Otra
 Cual: _____
- 13. Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 - a. Textura
 - b. Color
 - c. Impresos
 - d. Formas
 - e. Otro, Cuál. _____
- 14. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un puesto de vajilla que reuniera todas las características esperadas.

\$80.000 y \$130.000

Procesos administrativos de la empresa

- 15. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 - a. Menos de 1 año
 - b. Entre 1 año y 2 años
 - c. Entre 2 años y 5 años
 - d. 5 años en adelante
 - e. Otro, Cuál. _____
- 16. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:
 - a. Daños de las piezas
 - b. Pérdidas de piezas
 - c. Ciclo de vida del producto
 - d. Accidentes
 - e. Otro
 Cuál: _____

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

- 17. Conoce la marca Ambiente Gourmet
 - a. Si
 - b. No
 (Si su respuesta es negativa no continúe con esta encuesta)
- 18. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:
 - a. Excelente
 - b. Bueno
 - c. Regular
 - d. Malo
 Por qué: _____
- 19. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.
 - a. Si
 - b. No
 (Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).
- 20. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.
 1. _____
 2. _____
 3. _____
- 21. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.
 - a. Excelente:
 - b. Bueno:
 - c. Regular:
 - d. Malo:
 Por qué: _____

Muchas gracias por su colaboración!!



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: Intercontinental Ciudad: Nadellín

Nombre del Entrevistado: _____ Cargo: _____ E-mail: helmer.guerriz@mcj.com

1. Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
- a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación

2. Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
- a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - b. Más de 5 y 10
 - c. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

3. Cuales son sus proveedores de vajillas
- Importadas
Corona (Biemer)

4. Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
- a. Si b. No
- Por qué: _____

5. Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
- a. De contado
 - b. Crédito Plazo: 30-90 días

6. Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
- a. Si b. No
- Cuáles: Porcentaje y Productos
- Por qué: _____

7. Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
- a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. Otro
- Cuál: Vía telefónica

8. Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
- a. Si b. No
- Por qué: Algunas veces se demora mucho o no hay disponibilidad.

9. Cuál de los siguientes aspectos son los más importantes para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
- a. Calidad: 1
 - b. Diseño: 2
 - c. Precio: 3
 - d. Servicio: 4
 - e. Otro: Cuál: _____

10. Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
- a. Calidad:
 - b. Diseño:
 - c. Precio:
 - d. Servicio:
 - e. Otro: Cual: _____
- Por qué: _____



Información sobre la vajilla

- 11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 - a. Si
 - b. No
- 12. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 - a. Redonda
 - b. Ovalada
 - c. Cuadrada
 - d. Otra
 - e. Cual
- 13.Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 - a. Textura
 - b. Color
 - c. Impresos
 - d. Formas
 - e. Otro, Cuál.
- 14. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un puesto de vajilla que reuniera todas las características esperadas.

\$80.000 - \$130.000

Procesos administrativos de la empresa

- 15. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 - a. Menos de 1 año
 - b. Entre 1 año y 2 años
 - c. Entre 2 años y 5 años
 - d. 5 años en adelante
 - e. Otro, Cuál.
- 16. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:
 - a. Daños de las piezas
 - b. Pérdidas de piezas
 - c. Ciclo de vida del producto
 - d. Accidentes
 - e. Otro
 - Cuál:

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

- 17. Conoce la marca Ambiente Gourmet
 - a. Si
 - b. No

(Si su respuesta es negativa no continúe con esta encuesta)
- 18. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:
 - a. Excelente
 - b. Bueno
 - c. Regular
 - d. Malo

Por qué: _____
- 19. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.
 - a. Si
 - b. No

(Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).
- 20. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.
 1. _____
 2. _____
 3. _____
- 21. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.
 - a. Excelente:
 - b. Bueno:
 - c. Regular:
 - d. Malo:

Por qué: _____

Muchas gracias por su colaboración!!

Por qué: _____



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: Park 10 Hotel Ciudad: Medellín

Nombre del Entrevistado: _____ Cargo: _____ E-mail: mercadeo@hdelpark10.com.co

1. Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
- a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación
2. Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
- a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - b. Más de 5 y 10
 - c. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

3. Cuales son sus proveedores de vajillas
- Corona
4. Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
- a. Si b. No
- Por qué: _____
5. Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
- a. De contado
 - b. Crédito Plazo: 30-45 días
6. Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
- a. Si b. No
- Cuales: Yo
- Por qué: _____

7. Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
- a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. Otro
- Cuál: Telefono
8. Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
- a. Si b. No
- Por qué: Responsabilidad
9. Cuál de los siguientes aspectos son los más importantes para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
- a. Calidad: 1
 - b. Diseño: 4
 - c. Precio: 2
 - d. Servicio: 3
 - e. Otro:
- Cuál: _____
10. Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
- a. Calidad:
 - b. Diseño:
 - c. Precio:
 - d. Servicio:
 - e. Otro:
- Cual: Ninguno
- Por qué: _____



Información sobre la vajilla

- 11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 - a. Si
 - b. No
- 12. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 - a. Redonda
 - b. Ovalada
 - c. Cuadrada
 - d. Otra
 Cual _____
- 13. Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 - a. Textura
 - b. Color
 - c. Impresos
 - d. Formas
 - e. Otro, Cuál. _____
- 14. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un puesto de vajilla que reuniera todas las características esperadas.

\$ 80.000 - 120.000

Procesos administrativos de la empresa

- 15. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 - a. Menos de 1 año
 - b. Entre 1 año y 2 años
 - c. Entre 2 años y 5 años
 - d. 5 años en adelante
 - e. Otro, Cuál. _____
- 16. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:
 - a. Daños de las piezas
 - b. Pérdidas de piezas
 - c. Ciclo de vida del producto
 - d. Accidentes
 - e. Otro
 Cuál: _____

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

- 17. Conoce la marca Ambiente Gourmet
 - a. Si
 - b. No
 (Si su respuesta es negativa no continúe con esta encuesta)
- 18. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:
 - a. Excelente
 - b. Bueno
 - c. Regular
 - d. Malo
 Por qué: _____
- 19. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.
 - a. Si
 - b. No
 (Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).
- 20. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.
 1. _____
 2. _____
 3. _____
- 21. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.
 - a. Excelente:
 - b. Bueno:
 - c. Regular:
 - d. Malo:
 Por qué: _____

Muchas gracias por su colaboración!!



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: Plata Rosa Hotel Ciudad: Medellín

Nombre del Entrevistado: _____ Cargo: _____ E-mail: compras@platarosa.com

1. Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
- a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación

2. Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
- a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - b. Más de 5 y 10
 - c. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

3. Cuales son sus proveedores de vajillas
- Bienven (Corona)

4. Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
- a. Si b. No
- Por qué: _____

5. Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
- a. De contado
 - b. Crédito Plazo: 30-45 días

6. Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
- a. Si b. No
- Cuáles: _____
- Por qué: _____

7. Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
- a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. Otro
- Cuál: _____

8. Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
- a. Si b. No
- Por qué: _____

9. Cuál de los siguientes aspectos son los más importantes para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
- a. Calidad: 1
 - b. Diseño: 4
 - c. Precio: 2
 - d. Servicio: 3
 - e. Otro: Cuál: _____

10. Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
- a. Calidad:
 - b. Diseño:
 - c. Precio:
 - d. Servicio:
 - e. Otro: Cuál: Ninguno
- Por qué: _____



Información sobre la vajilla

- 11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 - a. Si
 - b. No
- 12. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 - a. Redonda
 - b. Ovalada
 - c. Cuadrada
 - d. Otra
 Cual _____
- 13. Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 - a. Textura
 - b. Color
 - c. Impresos
 - d. Formas
 - e. Otro, Cuál. _____
- 14. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un puesto de vajilla que reuniera todas las características esperadas.

\$ 80.000 - \$ 120.000

Procesos administrativos de la empresa

- 15. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 - a. Menos de 1 año
 - b. Entre 1 año y 2 años
 - c. Entre 2 años y 5 años
 - d. 5 años en adelante
 - e. Otro, Cuál. _____
- 16. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:
 - a. Daños de las piezas
 - b. Pérdidas de piezas
 - c. Ciclo de vida del producto
 - d. Accidentes
 - e. Otro
 Cuál: _____

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

- 17. Conoce la marca Ambiente Gourmet
 - a. Si
 - b. No
 (Si su respuesta es negativa no continúe con esta encuesta)
- 18. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:
 - a. Excelente
 - b. Bueno
 - c. Regular
 - d. Malo
 Por qué: _____
- 19. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.
 - a. Si
 - b. No
 (Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).
- 20. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.
 1. _____
 2. _____
 3. _____
- 21. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.
 - a. Excelente:
 - b. Bueno:
 - c. Regular:
 - d. Malo:
 Por qué: _____

Muchas gracias por su colaboración!!

Hoteles



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: Estelar Poblado Plata Ciudad: Medellín

Nombre del Entrevistado: _____ Cargo: _____ E-mail: javier.mejia@hotelesplata.com

1. Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
 - a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación
2. Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
 - a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - b. Más de 5 y 10
 - c. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

3. Cuales son sus proveedores de vajillas
Exar (Corona)
4. Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
 - a. Si b. No
 - Por qué: _____
5. Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
 - a. De contado
 - b. Crédito Plazo: 30-90 días
6. Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
 - a. Si b. No
 - Cuáles: no
 - Por qué: _____

7. Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
 - a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. Otro
 - Cuál: _____
8. Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
 - a. Si b. No
 - Por qué: _____
9. Cuál de los siguientes aspectos son los más importantes para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
 - a. Calidad: 1
 - b. Diseño: 1
 - c. Precio: 2
 - d. Servicio: 3
 - e. Otro: Cuál: _____
10. Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
 - a. Calidad:
 - b. Diseño:
 - c. Precio:
 - d. Servicio:
 - e. Otro: Cuál: Ninguno
 - Por qué: _____



Información sobre la vajilla

- 11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 - a. Si
 - b. No
- 12. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 - a. Redonda
 - b. Ovalada
 - c. Cuadrada
 - d. Otra
 Cual _____
- 13. Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 - a. Textura
 - b. Color
 - c. Impresos
 - d. Formas
 - e. Otro, Cuál. _____
- 14. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un puesto de vajilla que reuniera todas las características esperadas.

\$80000 - 110.000

Procesos administrativos de la empresa

- 15. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 - a. Menos de 1 año
 - b. Entre 1 año y 2 años
 - c. Entre 2 años y 5 años
 - d. 5 años en adelante
 - e. Otro, Cuál. _____
- 16. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:
 - a. Daños de las piezas
 - b. Pérdidas de piezas
 - c. Ciclo de vida del producto
 - d. Accidentes
 - e. Otro
 Cuál: _____

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

- 17. Conoce la marca Ambiente Gourmet
 - a. Si
 - b. No
 (Si su respuesta es negativa no continúe con esta encuesta)
- 18. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:
 - a. Excelente
 - b. Bueno
 - c. Regular
 - d. Malo
 Por qué: _____
- 19. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.
 - a. Si
 - b. No
 (Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).
- 20. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.
 1. _____
 2. _____
 3. _____
- 21. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.
 - a. Excelente:
 - b. Bueno:
 - c. Regular:
 - d. Malo:
 Por qué: _____

Muchas gracias por su colaboración!!



AMBIENTE GOURMET - Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: Hotel Polton Medellín Ciudad: Medellín

Nombre del Entrevistado: _____ Cargo: _____ E-mail: compra@hotelpoltonmedellin.com

1. Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
- a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación
2. Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
- a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - b. Más de 5 y 10
 - c. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

3. Cuales son sus proveedores de vajillas
- Grand Impostadas
4. Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
- a. Sí
 - b. No
- Por qué: _____
5. Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
- a. De contado
 - b. Crédito Plazo: 30-90 días
6. Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
- a. Sí
 - b. No
- Cuáles: Descontajes
- Por qué: _____

7. Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
- a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. Otro
- Cuál: _____
8. Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
- a. Sí
 - b. No
- Por qué: Disponibilidad de producto
9. Cuál de los siguientes aspectos son los más importantes para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
- a. Calidad: 1
 - b. Diseño: 4
 - c. Precio: 2
 - d. Servicio: 3
 - e. Otro: Cuál: _____
10. Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
- a. Calidad:
 - b. Diseño:
 - c. Precio:
 - d. Servicio:
 - e. Otro: Cuál: Ninguno
- Por qué: _____



Información sobre la vajilla

- 11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 - a. Si
 - b. No
- 12. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 - a. Redonda
 - b. Ovalada
 - c. Cuadrada
 - d. Otra
 Cual _____
- 13.Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 - a. Textura
 - b. Color
 - c. Impresos
 - d. Formas
 - e. Otro, Cuál. _____
- 14. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un puesto de vajilla que reuniera todas las características esperadas.

\$80.000 - \$110.000

Procesos administrativos de la empresa

- 15. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 - a. Menos de 1 año
 - b. Entre 1 año y 2 años
 - c. Entre 2 años y 5 años
 - d. 5 años en adelante
 - e. Otro, Cuál. _____
- 16. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:
 - a. Daños de las piezas
 - b. Pérdidas de piezas
 - c. Ciclo de vida del producto
 - d. Accidentes
 - e. Otro
 Cuál: _____

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

- 17. Conoce la marca Ambiente Gourmet
 - a. Si
 - b. No
 (Si su respuesta es negativa no continúe con esta encuesta)
- 18. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:
 - a. Excelente
 - b. Bueno
 - c. Regular
 - d. Malo
 Por qué: _____
- 19. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.
 - a. Si
 - b. No
 (Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).
- 20. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.
 1. _____
 2. _____
 3. _____
- 21. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.
 - a. Excelente:
 - b. Bueno:
 - c. Regular:
 - d. Malo:
 Por qué: _____

Muchas gracias por su colaboración!!



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: Hotel San Leonardo Plaza Ciudad: Medellín

Nombre del Entrevistado: _____ Cargo: _____ E-mail: compras@hotelesanleondoplaza.com

1. Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
- a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación
2. Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
- a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - b. Más de 5 y 10
 - c. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

3. Cuales son sus proveedores de vajillas
- Importados
4. Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
- a. Si b. No
- Por qué:
- _____
- _____
5. Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
- a. De contado
 - b. Crédito Plazo: 30-90 días
6. Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
- a. Si b. No
- Cuáles:
- 7%
- Por qué:
- _____
- _____

7. Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
- a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. Otro
- Cuál: _____
8. Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
- a. Si b. No
- Por qué:
- _____
- _____
9. Cuál de los siguientes aspectos son los más importantes para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
- a. Calidad: 1
 - b. Diseño: 2
 - c. Precio: 3
 - d. Servicio: 4
 - e. Otro: Cuál: _____
10. Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
- a. Calidad:
 - b. Diseño:
 - c. Precio:
 - d. Servicio:
 - e. Otro: Cuál: Ninguno
- Por qué:
- _____
- _____



Información sobre la vajilla

- 11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 - a. Si
 - b. No
- 12. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 - a. Redonda
 - b. Ovalada
 - c. Cuadrada
 - d. Otra
 - Cual
- 13. Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 - a. Textura
 - b. Color
 - c. Impresos
 - d. Formas
 - e. Otro, Cuál.
- 14. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un puesto de vajilla que reuniera todas las características esperadas.

\$ 85.000 - \$ 130.000

Procesos administrativos de la empresa

- 15. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 - a. Menos de 1 año
 - b. Entre 1 año y 2 años
 - c. Entre 2 años y 5 años
 - d. 5 años en adelante
 - e. Otro, Cuál.
- 16. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:
 - a. Daños de las piezas
 - b. Pérdidas de piezas
 - c. Ciclo de vida del producto
 - d. Accidentes
 - e. Otro
 - Cuál:

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

- 17. Conoce la marca Ambiente Gourmet
 - a. Si
 - b. No


(Si su respuesta es negativa no continúe con esta encuesta)
- 18. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:
 - a. Excelente
 - b. Bueno
 - c. Regular
 - d. Malo
 - Por qué:
- 19. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.
 - a. Si
 - b. No

(Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).
- 20. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.
 1.
 2.
 3.
- 21. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.
 - a. Excelente:
 - b. Bueno:
 - c. Regular:
 - d. Malo:
 - Por qué:

Muchas gracias por su colaboración!!

Anexo B. Encuestas

Restaurantes

 **AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional**

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: Al Rojo Ciudad: Medellín

Nombre del Entrevistado: Gustavo Bolívar Cargo: Jefe de compra y mercados E-mail: gustavobolivarig@hotmail.com

1. Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:

- a. Menos de 5 años de operación
- b. Entre 5 y 10 años de operación
- c. Más de 10 años de operación

2. Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:

- a. Solo uno
- b. Más de 1 y 5
- c. Más de 5 y 10
- d. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

3. Cuales son sus proveedores de vajillas

Bremen Corona y avaces
Juan de Hoyos Importados.

4. Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.

- a. Si b. No

Por qué:
Los proveedores ya conocen los productos, son complacidos con la reposición y están pendientes de cuando hay que hacerla.

5. Qué forma de pago utiliza con sus proveedores

- a. De contado
- b. Crédito Plazo: 20-30 días

6. Su proveedor le ofrece descuentos especiales.

- a. Si b. No

Cuáles:
Desarrolla promociones, volumen y almidad.

Por qué:

7. Cómo es el proceso de compra de la vajilla.

- a. Visita de un vendedor
- b. Desplazamiento al punto de venta
- c. Compra por Internet
- d. Otro

Cuál:

8. Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.

- a. Si b. No

Por qué:
Siempre se la hacen y siempre hay disponibilidad de productos.

9. Cuál de los siguientes aspectos son lo más importante para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:

- a. Calidad: 1
- b. Diseño: 4
- c. Precio: 2
- d. Servicio: 3
- e. Otro: Cuál:

10. Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:

- a. Calidad:
- b. Diseño:
- c. Precio:
- d. Servicio:
- e. Otro: Cuál: tiempo entrega

Por qué:
Porque cuando la vajilla es marcada es más demandada



Información sobre la vajilla

11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 a. Si b. No
12. Si pudiera cambiarle algo a la vajilla actual, cuál de los siguientes elementos le cambiaría. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
 a. Diseño b. Material
 c. Resistencia d. Tamaño
 e. Calidad f. Forma
 g. Otra: Cuál: Ninguno
13. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 a. Redonda b. Ovalada
 c. Cuadrada d. Otra
 Cual: _____
- 14.Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 a. Textura
 b. Color
 c. Impresos
 d. Formas
 e. Otro, Cuál: _____
15. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un ^{mes} puesto de vajilla que reuniera todas las características esperadas.
 a. \$50.000 - \$150.000
 b. \$150.000 - \$250.000
 c. \$250.000 - \$500.000
 d. \$500.000 en adelante 5'-9'
16. Cuántos tipos de vajilla maneja la empresa: Especifique cuáles:
 Cuántos Tipos: 2 cuadrada - redonda
 Cuáles: redonda platos tipo 10"; cuadrada platos internacionales.

Procesos administrativos de la empresa

17. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 a. Entre 1 año y 2 años
 b. Entre 2 años y 5 años
 c. 5 años en adelante
 d. Otro
Cada 3-4 meses

18. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:

- a. Daños de las piezas
 b. Pérdidas de piezas
 c. Ciclo de vida del producto
 d. Accidentes
 e. Otro
 Cuál: _____

19. Especifique quién en la empresa es el encargado de comprar la vajilla.

Cargo: Jefe de Compras y mercados, Gustavo Bolívar.

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

20. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:

- a. Excelente
 b. Bueno
 c. Regular
 d. Malo
 Por qué: _____

21. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.

- a. Si b. No
 (Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).

22. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.

1. _____
 2. _____
 3. _____

23. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.

- a. Excelente: b. Bueno:
 c. Regular: d. Malo:
 Por qué: _____

Muchas gracias por su colaboración!!!



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: La Cafetere de Anita Ciudad: Medellín

Nombre del Entrevistado: Anita Botero Cargo: Propietaria E-mail: anitas_sanduches@yahoo.com

- Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
 - Menos de 5 años de operación
 - Entre 5 y 10 años de operación
 - Más de 10 años de operación
- Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
 - Solo uno
 - Más de 1 y 5
 - Más de 5 y 10
 - Más de 10

Información del proveedor de vajillas

- Cuales son sus proveedores de vajillas
Bremen (corona)
- Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
 - Si
 - NoPor qué:
Amabilidad al atender siempre están pendientes al servicio de reposición
- Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
 - De contado
 - Crédito Plazo: 30-45 días
- Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
 - Si
 - NoCuáles:
Compras al por mayor
Por qué:

- Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
 - Visita de un vendedor
 - Desplazamiento al punto de venta
 - Compra por Internet
 - OtroCuál: _____
- Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
 - Si
 - NoPor qué:
Buen servicio de reposición
- Cuál de los siguientes aspectos son los más importantes para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
 - Calidad: 1
 - Diseño: 2
 - Precio: 3
 - Servicio: 4
 - Otro:Cuál: _____
- Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
 - Calidad:
 - Diseño:
 - Precio:
 - Servicio:
 - Otro:Por qué:



Información sobre la vajilla

11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 a. Si b. No
12. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 a. Redonda b. Ovalada
 c. Cuadrada d. Otra
 Cual _____
13. Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 a. Textura
 b. Color
 c. Impresos
 d. Formas
 e. Otro, Cuál. Formas simples mejor
14. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un puesto de vajilla que reuniera todas las características esperadas.
100.000 - 110.000

Procesos administrativos de la empresa

15. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 a. Menos de 1 año
 b. Entre 1 año y 2 años
 c. Entre 2 años y 5 años
 d. 5 años en adelante
 e. Otro, Cuál. _____
16. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:
 a. Daños de las piezas
 b. Pérdidas de piezas
 c. Ciclo de vida del producto
 d. Accidentes
 e. Otro
 Cuál: _____

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

17. Conoce la marca Ambiente Gourmet
 a. Si b. No
 (Si su respuesta es negativa no continúe con esta encuesta)
18. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:
 a. Excelente
 b. Bueno
 c. Regular
 d. Malo
 Por qué:
Es una empresa que ofrece productos diferentes a los del mercado
19. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.
 a. Si b. No
 (Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).
20. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.
 1. _____
 2. _____
 3. _____
21. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.
 a. Excelente: b. Bueno:
 c. Regular: d. Malo:
 Por qué:
Productos buenos que desempeñan bien su función dentro de la cocina.

Muchas gracias por su colaboración!!



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: Ave María Ciudad: Nedellín

Nombre del Entrevistado: _____ Cargo: _____ E-mail: gerencia@avehormas.com

1. Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
- a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación

2. Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
- a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - c. Más de 5 y 10
 - d. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

3. Cuales son sus proveedores de vajillas
- Brewer
San de la Cruz

4. Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
- a. Si b. No

Por qué:
Una atenta y puntual

5. Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
- a. De contado
 - b. Crédito Plazo: 15-30 días

6. Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
- a. Si b. No

Cuáles:
Porcentajes

Por qué:

7. Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
- a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. Otro
- Cuál: telefono

8. Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
- a. Si b. No
- Por qué:

9. Cuál de los siguientes aspectos son los más importantes para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
- a. Calidad: 1
 - b. Diseño: 4
 - c. Precio: 2
 - d. Servicio: 3
 - e. Otro: Cuál: _____

10. Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
- a. Calidad:
 - b. Diseño:
 - c. Precio:
 - d. Servicio:
 - e. Otro: Cuál: ninguno
- Por qué:



Información sobre la vajilla

- 11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 - a. Si
 - b. No
- 12. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 - a. Redonda
 - b. Ovalada
 - c. Cuadrada
 - d. Otra
 Cual _____
- 13. Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 - a. Textura
 - b. Color
 - c. Impresos
 - d. Formas
 - e. Otro, Cuál. ninguna
- 14. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un puesto de vajilla que reuniera todas las características esperadas.

Procesos administrativos de la empresa

- 15. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 - a. Menos de 1 año
 - b. Entre 1 año y 2 años
 - c. Entre 2 años y 5 años
 - d. 5 años en adelante
 - e. Otro, Cuál. _____
- 16. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:
 - a. Daños de las piezas
 - b. Pérdidas de piezas NO
 - c. Ciclo de vida del producto
 - d. Accidentes
 - e. Otro
 Cuál: _____

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

- 17. Conoce la marca Ambiente Gourmet
 - a. Si
 - b. No
 (Si su respuesta es negativa no continúe con esta encuesta)
- 18. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:
 - a. Excelente
 - b. Bueno
 - c. Regular
 - d. Malo
 Por qué: _____
- 19. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.
 - a. Si
 - b. No
 (Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).
- 20. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.
 1. _____
 2. _____
 3. _____
- 21. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.
 - a. Excelente:
 - b. Bueno:
 - c. Regular:
 - d. Malo:
 Por qué: _____

Muchas gracias por su colaboración!!



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: Asados del Uvas Ciudad: Ay Caracumban Medellín

Nombre del Entrevistado: Sandra Caramba Cargo: Jefe de compras E-mail: aycaracumbatexmex@hotmail.com

- 1. Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
 - a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación
- 2. Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
 - a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - c. Más de 5 y 10
 - d. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

- 3. Cuales son sus proveedores de vajillas
Bremen - Corona
- 4. Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
 - a. Si b. No
 Por qué: Siempre están pendientes de la compra de la vajilla
- 5. Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
 - a. De contado
 - b. Crédito Plazo: 15 días - 30 días
- 6. Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
 - a. Si b. No
 Cuáles: _____
 Por qué: _____

- 7. Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
 - a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. Otro
 Cuál: Llamada para formal pedido
- 8. Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
 - a. Si b. No
 Por qué: _____
- 9. Cuál de los siguientes aspectos son lo más importante para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:

a. Calidad:	<input type="checkbox"/> 1	b. Diseño:	<input type="checkbox"/> 3
c. Precio:	<input type="checkbox"/> 2	d. Servicio:	<input type="checkbox"/> 4
e. Otro:	<input type="checkbox"/>	Cuál:	_____
- 10. Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:

a. Calidad:	<input type="checkbox"/>	b. Diseño:	<input type="checkbox"/>
c. Precio:	<input type="checkbox"/>	d. Servicio:	<input type="checkbox"/>
e. Otro:	<input type="checkbox"/>	Cuál:	_____

 Por qué: Ninguno



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: Barcelona Ciudad: Medellín
Nombre del Entrevistado: _____ Cargo: _____ E-mail: barcelona@one.net.co

1. Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
- a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación
2. Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
- a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - c. Más de 5 y 10
 - c. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

3. Cuales son sus proveedores de vajillas
Brewer y Corisora
4. Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
- a. Si b. No
- Por qué:
NUNCA FENDIENKI TODO EL TIEMPO
5. Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
- a. De contado
 - b. Crédito Plazo: 15-30 días
6. Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
- a. Si b. No
- Cuáles: _____
Por qué: _____

7. Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
- a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. Otro
- Cuál: Telefono
8. Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
- a. Si b. No
- Por qué: _____
9. Cuál de los siguientes aspectos son lo más importante para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
- a. Calidad: 1
 - b. Diseño: 3
 - c. Precio: 2
 - d. Servicio: 4
 - e. Otro: Cuál: _____
10. Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
- a. Calidad:
 - b. Diseño:
 - c. Precio:
 - d. Servicio:
 - e. Otro: Cual: Ninguno
- Por qué: _____

Información sobre la vajilla

11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
a. Si b. No
12. Si pudiera cambiarle algo a la vajilla actual, cuál de los siguientes elementos le cambiaría. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
a. Diseño b. Material
c. Resistencia d. Tamaño
e. Calidad f. Forma
g. Otra: Cuál Ninguna
13. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
a. Redonda b. Ovalada
c. Cuadrada d. Otra
Cual _____
14. Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
a. Textura
b. Color
c. Impresos
d. Formas
e. Otro, Cuál: _____
15. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un ^{Juego} ~~plato~~ de vajilla que reuniera todas las características esperadas.
a. \$50.000 - \$150.000
b. \$150.000 - \$250.000
c. \$250.000 - \$500.000
d. \$500.000 en adelante 3'aprox.
16. Cuántos tipos de vajilla maneja la empresa: Especifique cuáles:
Cuántos Tipos: 1
Cuáles: Corona

Procesos administrativos de la empresa

17. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
a. Entre 1 año y 2 años
b. Entre 2 años y 5 años
c. 5 años en adelante
d. Ninguna se hacen reposiciones mensuales

18. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:

- a. Daños de las piezas
b. Pérdidas de piezas
c. Ciclo de vida del producto
d. Accidentes
e. Otro
Cuál: _____

19. Especifique quién en la empresa es el encargado de comprar la vajilla.

Cargo: Jefe de compras

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

20. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:

- a. Excelente
b. Bueno
c. Regular
d. Malo
Por qué:

Never cosas muy bonitas y novedades

21. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.

- a. Si b. No
(Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).

22. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.

1. _____
2. _____
3. _____

23. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.

- a. Excelente: b. Bueno:
c. Regular: d. Malo:
Por qué: _____

Muchas gracias por su colaboración!!!



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: Bastuca del Uras Ciudad: Nedellín

Nombre del Entrevistado: Gustavo Bolívar Cargo: jefe de compra y mercado E-mail: gustavobolivar@gmail.com

1. Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
- a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación

2. Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
- a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - c. Más de 5 y 10
 - c. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

3. Cuales son sus proveedores de vajillas
- Juan de Hoyos
- Bremen
Vajilla Corona ; Importados

4. Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
- a. Si b. No
- Por qué:
ya conocen los productos y los pedidos no son demorados.
Están pendientes de la reposición.

5. Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
- a. De contado
 - b. Crédito Plazo: 20-30 días

6. Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
- a. Si b. No
- Cuáles:
Porcentajes
Promociones
- Por qué:
Ajudad, por volumen de compra

7. Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
- a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. Otro
- Cuál: Se llama y se dice que se le manda a comprar

8. Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
- a. Si b. No
- Por qué:
Por cumplimiento.

9. Cuál de los siguientes aspectos son lo más importante para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
- a. Calidad: 1
 - b. Diseño: 4
 - c. Precio: 2
 - d. Servicio: 3
 - e. Otro: Cuál: Cumplimiento

10. Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
- a. Calidad:
 - b. Diseño:
 - c. Precio:
 - d. Servicio:
 - e. Otro:
- Por qué:



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: El Cielo Ciudad: Medellín

Nombre del Entrevistado: _____ Cargo: _____ E-mail: elcielococunacraiva@hotmail.com

- 1. Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
 - a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación
- 2. Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
 - a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - c. Más de 5 y 10
 - d. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

- 3. Cuales son sus proveedores de vajillas
Bremen (Corona)
- 4. Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
 - a. Si b. NoPor qué:
Servicio de reposición muy bueno.
- 5. Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
 - a. De contado
 - b. Crédito Plazo: _____
- 6. Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
 - a. Si b. NoCuáles:
Promociones
Por qué: _____

- 7. Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
 - a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. OtroCuál: _____

- 8. Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
 - a. Si b. NoPor qué:
Lo hace a tiempo, es muy atento.

- 9. Cuál de los siguientes aspectos son lo más importante para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
 - a. Calidad: 2
 - b. Diseño: 1
 - c. Precio: 3
 - d. Servicio: 4
 - e. Otro: Cuál: _____

- 10. Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
 - a. Calidad:
 - b. Diseño:
 - c. Precio:
 - d. Servicio:
 - e. Otro: Cuál: NingunoPor qué: _____



Información sobre la vajilla

11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 a. Si b. No
12. Si pudiera cambiarle algo a la vajilla actual, cuál de los siguientes elementos le cambiaría. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
 a. Diseño b. Material
 c. Resistencia d. Tamaño
 e. Calidad f. Forma
 g. Otra: Cuál: Ninguno
13. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 a. Redonda b. Ovalada
 c. Cuadrada d. Otra
 Cuál: Américas
14. Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 a. Textura
 b. Color
 c. Impresos
 d. Formas
 Otro, Cuál: Ninguno
15. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un ^{mes} de vajilla que reuniera todas las características esperadas.
 a. \$50.000 - \$150.000
 b. \$150.000 - \$250.000
 c. \$250.000 - \$500.000
 d. \$500.000 en adelante ¹⁰
16. Cuántos tipos de vajilla maneja la empresa. Especifique cuáles:
 Cuántos Tipos: _____
 Cuáles: _____

Procesos administrativos de la empresa

17. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 a. Entre 1 año y 2 años
 b. Entre 2 años y 5 años
 c. 5 años en adelante
 Menos de 1 año, se va haciendo dependiendo de lo que se necesite.

18. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:
 a. Daños de las piezas
 b. Pérdidas de piezas
 c. Ciclo de vida del producto
 d. Accidentes
 e. Otro
 Cuál: _____

19. Especifique quién en la empresa es el encargado de comprar la vajilla.
 Cargo: jefe de compra

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

20. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:
 a. Excelente
 b. Bueno
 c. Regular
 d. Malo

Por qué: tiene productos muy novedosos

21. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.
 a. Si b. No
 (Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).

22. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.
 1. _____
 2. _____
 3. _____

23. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.
 a. Excelente: b. Bueno:
 c. Regular: d. Malo:
 Por qué: _____

Muchas gracias por su colaboración!!!



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: Crepes & Waffles Ciudad: Medellín

Nombre del Entrevistado: _____ Cargo: _____ E-mail: cw@crepesywaffles.com

- Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
 - a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación
- Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
 - a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - c. Más de 5 y 10
 - d. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

- Cuales son sus proveedores de vajillas
Corona
- Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
 - a. Si b. No
 Por qué:
Cumplen con la reposición del producto
- Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
 - a. De contado
 - b. Crédito Plazo: 15-30 días
- Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
 - a. Si b. No
 Cuáles:
si, y productos

- Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
 - a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. Otro
 Cuál: _____
- Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
 - a. Si b. No
 Por qué:
Siempre tiene productos disponibles y muy pendientes.
- Cuál de los siguientes aspectos son los más importantes para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
 - a. Calidad: 1
 - b. Diseño: 4
 - c. Precio: 2
 - d. Servicio: 3
 - e. Otro:
 Cuál: _____
- Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
 - a. Calidad:
 - b. Diseño:
 - c. Precio:
 - d. Servicio:
 - e. Otro:
 Por qué:
ninguno



Información sobre la vajilla

- 11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 - a. Si
 - b. No
- 12. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 - a. Redonda
 - b. Ovalada
 - c. Cuadrada
 - d. Otra
 - Cual
- 13.Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 - a. Textura
 - b. Color
 - c. Impresos
 - d. Formas
 - e. Otro, Cuál. Ninguna
- 14. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un puesto de vajilla que reuniera todas las características esperadas.

Procesos administrativos de la empresa

- 15. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 - a. Menos de 1 año
 - b. Entre 1 año y 2 años
 - c. Entre 2 años y 5 años
 - d. 5 años en adelante
 - e. Otro, Cuál. _____
- 16. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:
 - a. Daños de las piezas
 - b. Pérdidas de piezas
 - c. Ciclo de vida del producto
 - d. Accidentes
 - e. Otro
 - Cuál: _____

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

- 17. Conoce la marca Ambiente Gourmet
 - a. Si
 - b. No

(Si su respuesta es negativa no continúe con esta encuesta)
- 18. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:
 - a. Excelente
 - b. Bueno
 - c. Regular
 - d. Malo
 - Por qué: _____
- 19. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.
 - a. Sí
 - b. No

(Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).
- 20. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.
 1. _____
 2. _____
 3. _____
- 21. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.
 - a. Excelente:
 - b. Bueno:
 - c. Regular:
 - d. Malo:
 - Por qué: Los productos gustan mucho

Muchas gracias por su colaboración!!



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: Déjale Querer Ciudad: Nedulín

Nombre del Entrevistado: Manuel A. Uzcátegui Cargo: Chef E-mail: comunicaciones@tradicion.com
Leonardo González chef ejecutivo

1. Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
- a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación
2. Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
- a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - c. Más de 5 y 10
 - d. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

3. Cuales son sus proveedores de vajillas
- Corona - BPU (Boyotó)
- Cerámicas Teo (importadora)
(diseño)
4. Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
- a. Si b. No
- Por qué: cumplimiento, buenos precios, diseño

5. Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
- a. De contado
 - b. Crédito Plazo: _____
6. Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
- a. Si b. No
- Cuáles: Porcentajes, productos
- Por qué: Por el pago en efectivo

7. Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
- a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. Otro
- Cuál: Corona Cerámicas Teo BPU

8. Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
- a. Si b. No
- Por qué: Hay problemas. No hay reposición inmediata.
No me la cambia

9. Cuál de los siguientes aspectos son lo más importante para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
- a. Calidad: 2
 - b. Diseño: 1
 - c. Precio: 3
 - d. Servicio: 4
 - e. Otro: Cuál: _____

10. Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
- a. Calidad:
 - b. Diseño:
 - c. Precio:
 - d. Servicio:
 - e. Otro: Cuál: Corona
- Por qué: La calidad en el diseño de un producto. No traeron el logotipo con el color correcto.

Información sobre la vajilla

11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
a. Si b. No
12. Si pudiera cambiarle algo a la vajilla actual, cuál de los siguientes elementos le cambiaría. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
a. Diseño b. Material
c. Resistencia d. Tamaño
e. Calidad f. Forma
g. Otra: Cuál: _____
13. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
a. Redonda b. Ovalada
c. Cuadrada d. Otra
Cuál: _____
- 14.Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
a. Textura *Depende del uso*
b. Color
c. Impresos
d. Formas
e. Otro, Cuál: *Resistencia a altas temperaturas.*
15. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un ^{Juego} juego de vajilla que reuniera todas las características esperadas.
a. \$50.000 - \$150.000
b. \$150.000 - \$250.000
c. \$250.000 - \$500.000
d. \$500.000 en adelante *7000.000*
16. Cuántos tipos de vajilla maneja la empresa: Especifique cuáles:
Cuántos Tipos: *6*
Cuáles: *Redonda, cuadrada, postres, ensaladas*

Procesos administrativos de la empresa

17. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
a. Entre 1 año y 2 años
b. Entre 2 años y 5 años
c. 5 años en adelante
d. Otro:
Cada 6-7 meses

18. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:

- a. Daños de las piezas
b. Pérdidas de piezas
c. Ciclo de vida del producto
d. Accidentes
e. Otro
Cuál: _____

19. Especifique quién en la empresa es el encargado de comprar la vajilla.

Cargo: *chef ejecutivo*

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

20. Como percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:

- a. Excelente
b. Bueno
c. Regular
d. Malo

Por qué:

Porque es para casas de casa; esto depende del mercado.

21. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.

- a. Si b. No

(Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).

22. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.

1. _____
2. _____
3. _____

23. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.

- a. Excelente: b. Bueno:
c. Regular: d. Malo:

Por qué:

Les fue bien, pero por costosa no pudieron comprar más.

Muchas gracias por su colaboración!!!



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: El Aulo Ciudad: Medellín

Nombre del Entrevistado: _____ Cargo: _____ E-mail: salavante.david@hcl.com

1. Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
- a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación

2. Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
- a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - c. Más de 5 y 10
 - d. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

3. Cuales son sus proveedores de vajillas
- Corona, Jhonny Juan de Hoyos

4. Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
- a. Si b. No
- Por qué: Tienen pocos bultos y variedad

5. Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
- a. De contado
 - b. Crédito Plazo: 30 días

6. Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
- a. Si b. No
- Cuáles: % , Promociones
- Por qué: _____

7. Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
- a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. Otro
- Cuál: _____

8. Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
- a. Si b. No
- Por qué: Siempre hay disponibilidad

9. Cuál de los siguientes aspectos son los más importantes para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
- a. Calidad: 1
 - b. Diseño: 4
 - c. Precio: 2
 - d. Servicio: 3
 - e. Otro: Cuál: _____

10. Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
- a. Calidad:
 - b. Diseño:
 - c. Precio:
 - d. Servicio:
 - e. Otro: Cuál: _____
- Por qué: Aumentar el portafolio de productos

Información sobre la vajilla

- 11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 - a. Si
 - b. No
- 12. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 - a. Redonda
 - b. Ovalada
 - c. Cuadrada
 - d. Otra
 Cual: _____
- 13.Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 - a. Textura
 - b. Color
 - c. Impresos
 - d. Formas
 - e. Otro, Cuál. _____
- 14. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un puesto de vajilla que reuniera todas las características esperadas.

\$ 700.000

Procesos administrativos de la empresa

- 15. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 - a. Menos de 1 año
 - b. Entre 1 año y 2 años
 - c. Entre 2 años y 5 años
 - d. 5 años en adelante
 - e. Otro, Cuál. _____
- 16. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:
 - a. Daños de las piezas
 - b. Pérdidas de piezas
 - c. Ciclo de vida del producto
 - d. Accidentes
 - e. Otro
 Cuál: _____

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

- 17. Conoce la marca Ambiente Gourmet
 - a. Si
 - b. No
 (Si su respuesta es negativa no continúe con esta encuesta)
- 18. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:
 - a. Excelente
 - b. Bueno
 - c. Regular
 - d. Malo
 Por qué:

Tienen un diseño muy bonito, pero muy modernas.
- 19. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.
 - a. Si
 - b. No
 (Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).
- 20. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.
 - 1. parece muy cara
 - 2. _____
 - 3. _____
- 21. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.
 - a. Excelente:
 - b. Bueno:
 - c. Regular:
 - d. Malo:
 Por qué: _____

Muchas gracias por su colaboración!!



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: La Fragata Ciudad: Medellín

Nombre del Entrevistado: _____ Cargo: _____ E-mail: lafragata@une.net.co

1. Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
- a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación

2. Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
- a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - b. Más de 5 y 10
 - c. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

3. Cuales son sus proveedores de vajillas
- Blumen (Corona)

4. Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
- a. Si b. No
- Por qué:

Complimiento y amabilidad
disponibilidad

5. Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
- a. De contado
 - b. Crédito Plazo: 30 días

6. Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
- a. Si b. No
- Cuáles:
- _____

Por qué:
- _____

7. Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
- a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. Otro
- Cuál: vía telefónica

8. Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
- a. Si b. No
- Por qué:
- Hay disponibilidad de producto

9. Cuál de los siguientes aspectos son los más importantes para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
- a. Calidad: 1
 - b. Diseño: 4
 - c. Precio: 2
 - d. Servicio: 3
 - e. Otro: Cuál: _____

10. Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
- a. Calidad:
 - b. Diseño:
 - c. Precio:
 - d. Servicio:
 - e. Otro: Cuál: Ninguno
- Por qué:
- _____



Información sobre la vajilla

11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 a. Si b. No
12. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 a. Redonda b. Ovalada
 c. Cuadrada d. Otra
 Cual _____
13. Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 a. Textura
 b. Color
 c. Impresos
 d. Formas
 e. Otro, Cuál. _____
14. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un puesto de vajilla que reuniera todas las características esperadas.
 \$80.000 - \$170.000

Procesos administrativos de la empresa

15. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 a. Menos de 1 año
 b. Entre 1 año y 2 años
 c. Entre 2 años y 5 años
 d. 5 años en adelante
 e. Otro, Cuál. _____
16. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:
 a. Daños de las piezas
 b. Pérdidas de piezas
 c. Ciclo de vida del producto
 d. Accidentes
 e. Otro
 Cuál: _____

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

17. Conoce la marca Ambiente Gourmet
 a. Si b. No
 (Si su respuesta es negativa no continúe con esta encuesta)
18. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:
 a. Excelente
 b. Bueno
 c. Regular
 d. Malo
 Por qué: _____
19. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.
 a. Si b. No
 (Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).
20. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.
 1. _____
 2. _____
 3. _____
21. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.
 a. Excelente: b. Bueno:
 c. Regular: d. Malo:
 Por qué: _____

Muchas gracias por su colaboración!!



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: El horno Ciudad: Medellín

Nombre del Entrevistado: _____ Cargo: _____ E-mail: ledenac@elhorno.com.co

- Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
 - a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación
- Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
 - a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - b. Más de 5 y 10
 - c. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

- Cuáles son sus proveedores de vajillas
Bjerner
Juan de Hoyos
- Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
 - a. Si b. No
 - Por qué:
Valen los precios bien.
- Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
 - a. De contado
 - b. Crédito Plazo: 30 días
- Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
 - a. Si b. No
 - Cuáles:
por cada pieza de producto.
 - Por qué: _____

- Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
 - a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. Otro
 - Cuál: _____
- Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
 - a. Si b. No
 - Por qué:
Cumplidos
- Cuál de los siguientes aspectos son los más importantes para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
 - a. Calidad: 1
 - b. Diseño: 3
 - c. Precio: 2
 - d. Servicio: 4
 - e. Otro: Cuál: _____
- Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
 - a. Calidad:
 - b. Diseño:
 - c. Precio:
 - d. Servicio:
 - e. Otro: Cuál: ninguno
 - Por qué: _____



Información sobre la vajilla

- 11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 - a. Si
 - b. No
- 12. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 - a. Redonda
 - b. Ovalada
 - c. Cuadrada
 - d. Otra
 Cual: _____
- 13. Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 - a. Textura
 - b. Color
 - c. Impresos
 - d. Formas
 - e. Otro, Cuál. _____
- 14. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un puesto de vajilla que reuniera todas las características esperadas.

Procesos administrativos de la empresa

- 15. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 - a. Menos de 1 año
 - b. Entre 1 año y 2 años
 - c. Entre 2 años y 5 años
 - d. 5 años en adelante
 - e. Otro, Cuál. _____
- 16. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:
 - a. Daños de las piezas
 - b. Pérdidas de piezas
 - c. Ciclo de vida del producto
 - d. Accidentes
 - e. Otro
 Cuál: _____

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

- 17. Conoce la marca Ambiente Gourmet
 - a. Si
 - b. No
 (Si su respuesta es negativa no continúe con esta encuesta)
- 18. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:
 - a. Excelente
 - b. Bueno
 - c. Regular
 - d. Malo
 Por qué: Productos muy novedosos.
- 19. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.
 - a. Si
 - b. No
 (Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).
- 20. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.
 1. _____
 2. _____
 3. _____
- 21. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.
 - a. Excelente:
 - b. Bueno:
 - c. Regular:
 - d. Malo:
 Por qué: Productos caros

Muchas gracias por su colaboración!!

[Handwritten signature]

Por qué: _____



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: J & P Dedicadas Ciudad: Medellín

Nombre del Entrevistado: _____ Cargo: _____ E-mail: jdedicadas@une.net.co

- 1. Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
 - a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación
- 2. Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
 - a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - b. Más de 5 y 10
 - c. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

- 3. Cuales son sus proveedores de vajillas
Bremen Juandehayas (Corona)
- 4. Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
 - a. Si b. NoPor qué:

- 5. Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
 - a. De contado
 - b. Crédito Plazo: 30 días
- 6. Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
 - a. Si b. NoCuáles:
"/
Por qué:

- 7. Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
 - a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. OtroCuál: telefono
- 8. Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
 - a. Si b. NoPor qué:
Algunos es demorado

- 9. Cuál de los siguientes aspectos son los más importantes para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
 - a. Calidad: 1
 - b. Diseño: 4
 - c. Precio: 2
 - d. Servicio: 3
 - e. Otro: Cuál: _____
- 10. Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
 - a. Calidad:
 - b. Diseño:
 - c. Precio:
 - d. Servicio:
 - e. Otro: Cuál: _____Por qué:



Información sobre la vajilla

11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 a. Si b. No
12. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 a. Redonda b. Ovalada
 c. Cuadrada d. Otra
 Cual _____
13. Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 a. Textura
 b. Color
 c. Impresos
 d. Formas
 e. Otro, Cuál. _____
14. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un puesto de vajilla que reuniera todas las características esperadas.

Procesos administrativos de la empresa

15. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 a. Menos de 1 año
 b. Entre 1 año y 2 años
 c. Entre 2 años y 5 años
 d. 5 años en adelante
 e. Otro, Cuál. _____
16. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:
 a. Daños de las piezas
 b. Pérdidas de piezas
 c. Ciclo de vida del producto
 d. Accidentes
 e. Otro
 Cuál: _____

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

17. Conoce la marca Ambiente Gourmet
 a. Si b. No
 (Si su respuesta es negativa no continúe con esta encuesta)
18. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:
 a. Excelente
 b. Bueno
 c. Regular
 d. Malo
 Por qué:
son muy bonitos
19. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.
 a. Si b. No
 (Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).
20. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.
 1. _____
 2. _____
 3. _____
21. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.
 a. Excelente: b. Bueno:
 c. Regular: d. Malo:
 Por qué:

Muchas gracias por su colaboración!!



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: Myshave Ciudad: Medellín

Nombre del Entrevistado: _____ Cargo: _____ E-mail: gerencia@coronaenproduccion.com

1. Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
- a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación
2. Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
- a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - c. Más de 5 y 10
 - c. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

3. Cuales son sus proveedores de vajillas
- Bremen (Corona)
4. Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
- a. Si b. No
- Por qué:
- Rápidos con las reposiciones
5. Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
- a. De contado
 - b. Crédito Plazo: 15-30 días
6. Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
- a. Si b. No
- Cuáles:
- 0%
- Por qué:

7. Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
- a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. Otro
- Cuál: _____
8. Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
- a. Si b. No
- Por qué:
- Por que siempre está pendiente de la compra.
- 9.Cuál de los siguientes aspectos son lo más importante para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
- a. Calidad: 1
 - b. Diseño: 3
 - c. Precio: 2
 - d. Servicio: 4
 - e. Otro: Cuál: _____
- 10.Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
- a. Calidad:
 - b. Diseño:
 - c. Precio:
 - d. Servicio:
 - e. Otro: Cual: Mugno
- Por qué:



Información sobre la vajilla

11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 a. Si b. No
12. Si pudiera cambiarle algo a la vajilla actual, cuál de los siguientes elementos le cambiaría. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
 a. Diseño b. Material
 c. Resistencia d. Tamaño
 e. Calidad f. Forma
 g. Otra: Cuál _____
13. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 a. Redonda b. Ovalada
 c. Cuadrada d. Otra
 Cual _____
- 14.Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 a. Textura
 b. Color
 c. Impresos
 d. Formas
 e. Otro, Cuál: _____
15. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un ^{Juego} ~~puerto~~ de vajilla que reuniera todas las características esperadas.
 a. \$50.000 - \$150.000
 b. \$150.000 - \$250.000
 c. \$250.000 - \$500.000
 d. \$500.000 en adelante
16. Cuántos tipos de vajilla maneja la empresa: Especifique cuáles:
 Cuántos Tipos: _____
 Cuáles: _____

Procesos administrativos de la empresa

17. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 a. Entre 1 año y 2 años
 b. Entre 2 años y 5 años
 c. 5 años en adelante
 d. Ninguno se hace por meses

18. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:

- a. Daños de las piezas
 b. Pérdidas de piezas
 c. Ciclo de vida del producto
 d. Accidentes
 e. Otro
 Cuál: _____

19. Especifique quién en la empresa es el encargado de comprar la vajilla.

Cargo: _____

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

20. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:

- a. Excelente
 b. Bueno
 c. Regular
 d. Malo

Por qué: _____

21. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.

- a. Si b. No
 (Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).

22. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.

1. _____
 2. _____
 3. _____

23. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.

- a. Excelente: b. Bueno:
 c. Regular: d. Malo:

Por qué: _____

Muchas gracias por su colaboración!!!



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: Café Orleans Ciudad: Medellín

Nombre del Entrevistado: José Rubio Cargo: Jefe compras E-mail: cateorleans@uno-nel.co

1. Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
- a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación
2. Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
- a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - b. Más de 5 y 10
 - c. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

3. Cuales son sus proveedores de vajillas
- Juan de Hoyos
El Bienem
Son distribuidores de Corona.
4. Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
- a. Si b. No
- Por qué:
Me gusta mucho la Actualite.
Hay en las referencias que visitamos
y siempre hay disponibilidad.
5. Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
- a. De contado
 - b. Crédito Plazo: 30 días
6. Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
- a. Si b. No
- Cuáles:
15%, 20%, 30%.

Por qué:
Cuando hay promociones le avisan
a los clientes.

7. Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
- a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. Otro
- Cuál: _____
8. Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
- a. Si b. No
- Por qué:
Trae todos los insumos como
catálogos y es muy atento. Viene
cuando lo llamo para hacer el pedido.
9. Cuál de los siguientes aspectos son lo más importante para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
- a. Calidad: 1
 - b. Diseño: 4
 - c. Precio: 2
 - d. Servicio: 3
 - e. Otro: Cuál: Disponibilidad
Repositor
10. Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
- a. Calidad:
 - b. Diseño:
 - c. Precio:
 - d. Servicio:
 - e. Otro: Cual: _____
- Por qué:
Porque a veces se quejan mucho en el
horno o se quebran muy fácil.



Información sobre la vajilla

11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 a. Si b. No
12. Si pudiera cambiarse algo a la vajilla actual, cuál de los siguientes elementos le cambiaría. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
 a. Diseño b. Material 3
 c. Resistencia 1 d. Tamaño
 e. Calidad 2 f. Forma
 g. Otra: Cuál
13. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 a. Redonda b. Ovalada
 c. Cuadrada d. Otra
 Cual
14. Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 a. Textura
 b. Color
 c. Impresos
 d. Formas
 e. Otro, Cuál.
15. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un puesto de vajilla que reuniera todas las características esperadas.
 a. \$50.000 - \$150.000
 b. \$150.000 - \$250.000
 c. \$250.000 - \$500.000
 d. \$500.000 en adelante
16. Cuántos tipos de vajilla maneja la empresa: Especifique cuáles:
 Cuántos Tipos: 1
 Cuáles: Corona Aventura 0
Actualite

Procesos administrativos de la empresa

17. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 a. Entre 1 año y 2 años
 b. Entre 2 años y 5 años
 c. 5 años en adelante
 d. No aplica
Se cambia mensalmente, se hace una renovación de acuerdo a lo que necesite.

18. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:
 a. Daños de las piezas
 b. Pérdidas de piezas
 c. Ciclo de vida del producto
 d. Accidentes
 e. Otro
 Cuál:

19. Especifique quién en la empresa es el encargado de comprar la vajilla.
 Cargo: José Rubio ; Tele compras

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

20. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:
 a. Excelente
 b. Bueno
 c. Regular
 d. Malo
 Por qué:
Se ve bonita la imagen de la empresa. Pero no como heo buen los productos. Se ve cara, costosa
21. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.
 a. Si b. No
 (Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).
22. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.
 1. No había disponibilidad.
 2. Parece costosa.
 3.
23. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.
 a. Excelente: b. Bueno:
 c. Regular: d. Malo:
 Por qué:

Muchas gracias por su colaboración!!!



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: La Botonda Piza y Pita Ciudad: Medellín

Nombre del Entrevistado: _____ Cargo: _____ E-mail: abra@une.net.co

1. Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
- a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación
2. Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
- a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - b. Más de 5 y 10
 - c. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

3. Cuales son sus proveedores de vajillas
- Biemer (Corona)
4. Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
- a. Si b. No
- Por qué: _____
5. Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
- a. De contado
 - b. Crédito Plazo: 15-30 días
6. Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
- a. Si b. No
- Cuáles: 1/2
- Por qué: _____

7. Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
- a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. Otro
- Cuál: _____
8. Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
- a. Si b. No
- Por qué: _____
9. Cuál de los siguientes aspectos son los más importantes para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
- a. Calidad: 1
 - b. Diseño: 3
 - c. Precio: 2
 - d. Servicio: 4
 - e. Otro: Cuál: _____
10. Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
- a. Calidad:
 - b. Diseño:
 - c. Precio:
 - d. Servicio:
 - e. Otro: Cuál: ninguno
- Por qué: _____



Información sobre la vajilla

- 11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 - a. Si
 - b. No
- 12. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 - a. Redonda
 - b. Ovalada
 - c. Cuadrada
 - d. Otra
 Cual: _____
- 13.Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 - a. Textura
 - b. Color
 - c. Impresos
 - d. Formas
 - e. Otro, Cuál. ninguna
- 14. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un puesto de vajilla que reuniera todas las características esperadas.

Procesos administrativos de la empresa

- 15. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 - a. Menos de 1 año
 - b. Entre 1 año y 2 años
 - c. Entre 2 años y 5 años
 - d. 5 años en adelante
 - e. Otro, Cuál. _____
- 16. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:
 - a. Daños de las piezas
 - b. Pérdidas de piezas
 - c. Ciclo de vida del producto
 - d. Accidentes
 - e. Otro
 Cuál: _____

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

- 17. Conoce la marca Ambiente Gourmet
 - a. Si
 - b. No
 (Si su respuesta es negativa no continúe con esta encuesta)
- 18. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:
 - a. Excelente
 - b. Bueno
 - c. Regular
 - d. Malo
 Por qué: _____
- 19. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.
 - a. Si
 - b. No
 (Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).
- 20. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.
 1. _____
 2. _____
 3. _____
- 21. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.
 - a. Excelente:
 - b. Bueno:
 - c. Regular:
 - d. Malo:
 Por qué: _____

Muchas gracias por su colaboración!!



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: Sushi to go Ciudad: Medellín

Nombre del Entrevistado: _____ Cargo: _____ E-mail: _____

1. Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
a. Menos de 5 años de operación
b. Entre 5 y 10 años de operación
c. Más de 10 años de operación
2. Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
a. Solo uno
b. Más de 1 y 5
c. Más de 5 y 10
d. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

3. Cuales son sus proveedores de vajillas
Buenos Aires de platos
4. Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
a. Si b. No
Por qué: Variedad y diseños
5. Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
a. De contado
b. Crédito Plazo: 15-30 días
6. Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
a. Si b. No
Cuáles: Productos
Por qué: _____

7. Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
a. Visita de un vendedor
b. Desplazamiento al punto de venta
c. Compra por Internet
d. Otro
Cuál: Telefono
8. Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
a. Si b. No
Por qué: Muy completos
9. Cuál de los siguientes aspectos son los más importantes para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
a. Calidad: 2 b. Diseño: 1
c. Precio: 3 d. Servicio: 4
e. Otro: CUAL: _____
10. Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:
a. Calidad: b. Diseño:
c. Precio: d. Servicio:
e. Otro: CUAL: Ninguna
Por qué: _____



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: Triada Ciudad: Medellín
Nombre del Entrevistado: Leonardo Contador Cargo: Chief ejecutivo E-mail: comunicacionestriada@triadonline.com

- 1. Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
 - a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación
- 2. Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
 - a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - c. Más de 5 y 10
 - d. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

- 3. Cuales son sus proveedores de vajillas
Corona
- 4. Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
 - a. Si b. No
 Por qué: incumplidos con la entrega del producto.
- 5. Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
 - a. De contado
 - b. Crédito Plazo: _____
- 6. Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
 - a. Si b. No
 Cuáles: Porcentajes y productos
 Por qué: Por la forma de pago (contado)

- 7. Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
 - a. Visita de un vendedor Corona
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. Otro
 Cuál: _____
- 8. Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
 - a. Si b. No
 Por qué: Por que hay disponibilidad de producto.
- 9. Cuál de los siguientes aspectos son lo más importante para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:

a. Calidad:	<input type="checkbox"/> 2	b. Diseño:	<input type="checkbox"/> 1
c. Precio:	<input type="checkbox"/> 3	d. Servicio:	<input type="checkbox"/> 4
e. Otro:	<input type="checkbox"/>	Cuál:	_____
- 10. Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:

a. Calidad:	<input type="checkbox"/>	b. Diseño:	<input type="checkbox"/>
c. Precio:	<input type="checkbox"/>	d. Servicio:	<input checked="" type="checkbox"/>
e. Otro:	<input type="checkbox"/>	Cuál:	_____

 Por qué: Que sean cumplidos con la entrega de los productos.



Información sobre la vajilla

11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 a. Si b. No
12. Si pudiera cambiarle algo a la vajilla actual, cuál de los siguientes elementos le cambiaría. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:
 a. Diseño b. Material
 c. Resistencia d. Tamaño
 e. Calidad f. Forma
 g. Otra: Cuál: _____
13. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 a. Redonda b. Ovalada
 c. Cuadrada d. Otra
 Cual: _____
- 14.Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 a. Textura
 b. Color
 c. Impresos
 d. Formas
 e. Otro, Cuál: _____
15. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un ^{Juego} ~~paquete~~ de vajilla que reuniera todas las características esperadas.
 a. \$50.000 - \$150.000
 b. \$150.000 - \$250.000
 c. \$250.000 - \$500.000
 d. \$500.000 en adelante 7'000.000
16. Cuántos tipos de vajilla maneja la empresa. Especifique cuáles:
 Cuántos Tipos: 1
 Cuáles: Corona

Procesos administrativos de la empresa

17. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 a. Entre 1 año y 2 años
 b. Entre 2 años y 5 años
 c. 5 años en adelante

18. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:

- a. Daños de las piezas
 b. Pérdidas de piezas
 c. Ciclo de vida del producto
 d. Accidentes
 e. Otro
 Cuál: _____

19. Especifique quién en la empresa es el encargado de comprar la vajilla.

Cargo: chef ejecutivo, Leonardo González

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

20. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:

- a. Excelente
 b. Bueno
 c. Regular
 d. Malo

Por qué:
la marca está más enfocada al hogar.
Es una marca costosa.

21. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.

- a. Si b. No
 (Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).

22. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.

1. _____
 2. _____
 3. _____

23. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.

- a. Excelente: b. Bueno:
 c. Regular: d. Malo:

Por qué:
Son productos diferentes

Muchas gracias por su colaboración!!!



AMBIENTE GOURMET – Mercado institucional

OBJETIVO: Conocer el interés y la disposición del mercado institucional para la compra de una vajilla diseñada y elaborada de acuerdo a sus requerimientos.

Nombre de la empresa: Lounge restaurant bar Ciudad: Medellín

Nombre del Entrevistado: Leonardo Fontalvo Cargo: chef ejecutivo E-mail: comunicaciones@madacolture.com

- Indique los años de operación de la compañía de acuerdo a los siguientes rangos:
 - a. Menos de 5 años de operación
 - b. Entre 5 y 10 años de operación
 - c. Más de 10 años de operación
- Indique el número de locales o puntos de venta que tiene la empresa:
 - a. Solo uno
 - b. Más de 1 y 5
 - c. Más de 5 y 10
 - d. Más de 10

Información del proveedor de vajillas

- Cuales son sus proveedores de vajillas
 - Corona - BR (Bugota)
 - Cerámica Teo
- Está la empresa satisfecha con el servicio que le ofrecen sus proveedores de vajillas.
 - a. Si b. No
 - Por qué: Completamente, buenos precios y diseño.
- Qué forma de pago utiliza con sus proveedores
 - a. De contado
 - b. Crédito Plazo: _____
- Su proveedor le ofrece descuentos especiales.
 - a. Si b. No
 - Cuáles: preciosos, productos
 - Por qué: _____

- Cómo es el proceso de compra de la vajilla.
 - a. Visita de un vendedor
 - b. Desplazamiento al punto de venta
 - c. Compra por Internet
 - d. Otro
 - Cuál: _____
- Está conforme con el servicio de reposición que le ofrece su proveedor.
 - a. Si b. No
 - Por qué: NO hay reposición inmediata.
- Cuál de los siguientes aspectos son los más importantes para la empresa a la hora de comprar sus vajillas. Enumere de mayor a menor en orden de importancia, siendo el mayor número el más importante para la empresa:

a. Calidad: <input type="checkbox"/>	b. Diseño: <input type="checkbox"/>
c. Precio: <input type="checkbox"/>	d. Servicio: <input type="checkbox"/>
e. Otro: <input type="checkbox"/>	Cuál: _____
- Cuál de los siguientes elementos cree usted que la empresa mejoraría del proveedor actual:

a. Calidad: <input type="checkbox"/>	b. Diseño: <input type="checkbox"/>
c. Precio: <input type="checkbox"/>	d. Servicio: <input checked="" type="checkbox"/>
e. Otro: <input type="checkbox"/>	Cuál: _____

 - Por qué: El de Corona, se demora mucho en los diseños.



Información sobre la vajilla

- 11. Está la empresa satisfecha con el tipo de vajilla que usa actualmente.
 - a. Sí
 - b. No
- 12. Qué forma de vajilla utiliza usualmente:
 - a. Redonda
 - b. Ovalada
 - c. Cuadrada
 - d. Otra
 Cual: _____
- 13. Cuál (es) de las siguientes características le gustaría que tuvieran las vajillas que usa su empresa:
 - a. Textura
 - b. Color
 - c. Impresos
 - d. Formas
 - e. Otro, Cuál. _____
- 14. Cuánto estaría la empresa dispuesta a invertir en un puesto de vajilla que reuniera todas las características esperadas.

Procesos administrativos de la empresa

- 15. Cada cuánto la empresa cambia de vajilla:
 - a. Menos de 1 año
 - b. Entre 1 año y 2 años
 - c. Entre 2 años y 5 años
 - d. 5 años en adelante
 - e. Otro, Cuál. _____
- 16. Enumere las razones por las cuales la empresa suele cambiar de vajilla:
 - a. Daños de las piezas
 - b. Pérdidas de piezas
 - c. Ciclo de vida del producto
 - d. Accidentes
 - e. Otro
 Cuál: _____

Percepción de la marca Ambiente Gourmet

- 17. Conoce la marca Ambiente Gourmet
 - a. Sí
 - b. No
 (Si su respuesta es negativa no continúe con esta encuesta)
- 18. Cómo percibe la empresa los productos de la marca ambiente Gourmet:
 - a. Excelente
 - b. Bueno
 - c. Regular
 - d. Malo
 Por qué: para servir de casa muy bueno.
- 19. Ha comprado la empresa algún producto de la marca Ambiente Gourmet.
 - a. Sí
 - b. No
 (Si su respuesta es negativa continuar con la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva, responder la pregunta 23).
- 20. Enumere 3 razones por las cuales la empresa no ha comprado productos de Ambiente Gourmet.
 1. _____
 2. _____
 3. _____
- 21. De las siguientes alternativas, seleccione cuál fue la experiencia de la empresa con los productos de Ambiente Gourmet.
 - a. Excelente:
 - b. Bueno:
 - c. Regular:
 - d. Malo:
 Por qué: _____

Muchas gracias por su colaboración!!

Handwritten signature and notes at the bottom of the page.

NORMA TÉCNICA COLOMBIANA

**NTC
916**

1999-10-27

VAJILLERÍA CERÁMICA DE USO INSTITUCIONAL



E: CERAMIC TABLEWARE FOR INSTITUTIONAL USE

CORRESPONDENCIA:

DESCRIPTORES: vajilla; cerámica; institucional.

I.C.S.: 97.040.60; 81.060.20

Editada por el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC)
Apartado 14237 Bogotá, D.C. - Tel. 6078888 - Fax 2221435

Prohibida su reproducción

Tercera actualización

PRÓLOGO

El Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, **ICONTEC**, es el organismo nacional de normalización, según el Decreto 2269 de 1993.

ICONTEC es una entidad de carácter privado, sin ánimo de lucro, cuya Misión es fundamental para brindar soporte y desarrollo al productor y protección al consumidor. Colabora con el sector gubernamental y apoya al sector privado del país, para lograr ventajas competitivas en los mercados interno y externo.

La representación de todos los sectores involucrados en el proceso de Normalización Técnica está garantizada por los Comités Técnicos y el período de Consulta Pública, este último caracterizado por la participación del público en general.

La NTC 916 (Tercera actualización) fue ratificada por el Consejo Directivo de 1999-10-27.

Esta norma está sujeta a ser actualizada permanentemente con el objeto de que responda en todo momento a las necesidades y exigencias actuales.

A continuación se relacionan las empresas que colaboraron en el estudio de esta norma a través de su participación en el Comité Técnico 260100 Cerámicos y refractarios.

ALFAGRES	LOCERÍA COLOMBIANA
COLCERÁMICA	MANCESA
DISTRIBUIDORA DE CEMENTOS	MATCO
ESCUELA DE INGENIERÍA DE ANTIOQUIA	MEGANDINA LTDA.
EUROCERÁMICA	SIKA ANDINA S. A.
GRIVAL S. A.	SUMICOL
LADRILLERA HELIOS	UNIDAD CORONA
LADRILLERA SANTAFÉ	UNIVERSIDAD NACIONAL

Además de las anteriores, en Consulta Pública el Proyecto se puso a consideración de las siguientes empresas:

ANFALIT	ERECOS
ASOCRETO	ICPC
CERÁMICA ITALIA	LUNSA
CERÁMICA SABANETA	SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO
CERAMITA S. A.	TEJAR SANTA TERESA
CONSTRUCTORA COLPATRIA	
ELECTROPORCELANAS GAMMA S. A.	

ICONTEC cuenta con un Centro de Información que pone a disposición de los interesados normas internacionales, regionales y nacionales.

DIRECCIÓN DE NORMALIZACIÓN

VAJILLERÍA CERÁMICA DE USO INSTITUCIONAL

1. OBJETO

Esta norma establece los requisitos que deben cumplir las piezas de vajillería para uso institucional.

2. DEFINICIONES

Para efectos de esta norma se establecen las siguientes:

- 2.1** Bizcocho: cuerpo de un artículo cerámico al cual no se le ha aplicado vidriado.
- 2.2** Cara principal: parte cóncava o interior de la pieza, que se pone en contacto con los alimentos.
- 2.3** Cara posterior: parte convexa o exterior de la pieza, sobre la cual se soporta.
- 2.4** Cerámica: material hecho de una mezcla de arcillas, teldespato, cuarzo y otros materiales. Se distingue del vidrio y de la vitrocerámica en el hecho de que primero se moldea y luego cambia permanentemente por cocción, a una temperatura mayor que 1 000 °C.
- 2.5** Loza: uno de los productos de vajillería más comúnmente manufacturado es la loza, la composición esta basada en arcillas, feldespato, cuarzo y en ocasiones talco o dolomita. Es porosa, opaca y con absorción de agua de 5 % hasta 16 %.
- 2.6** No vitrificado: grado de vitrificación evidenciado por una absorción de agua relativamente alta.
- 2.7** Porcelana: cerámica dura con absorción de agua baja que incluye china de hueso.

Los vitrificados translúcidos se subdividen en:

- 2.7.1** Porcelana dura: pasta en base a arcillas, cuarzo, feldespato y algunas veces carbonato de calcio. Inicialmente se quema el bizcocho a baja temperatura, y luego se quema simultáneamente el vidriado y la pasta a alta temperatura.

2.7.2 Porcelana blanda: aquella que contiene usualmente una menor cantidad de alúmina, pero más sílice y fundentes que la porcelana dura.

2.7.3 China de hueso: aquella que contiene al menos un 35 % de fosfato tricálcico, en forma de ceniza de hueso, este material genera un cuerpo transparente a menor temperatura en comparación a la porcelana dura.

2.7.4 Porcelana china inglesa translúcida: es una porcelana blanda con alto contenido de fundentes y altas temperaturas de cocción.

2.8 Productos vitrificados: son aquellos que tienen una absorción de agua menor al 1 %. Pueden ser piezas opacas o translúcidas.

Los vitrificados opacos, pueden a su vez subdividirse en:

- China vitrificada de uso institucional: ésta es una pasta desarrollada para obtener gran resistencia al impacto y permite operaciones de manufactura simple. Tiene una absorción de agua de 0 % a 1,2 %, y es translúcida en secciones delgadas. Su maduración ocurre a 1 200 °C – 1 280 °C. La pasta es generalmente blanca, pero algunas veces es coloreada.
- Pasta alúmina: cuando se introduce alúmina en la pasta cerámica, hay un incremento en la resistencia mecánica. (La alúmina puede llegar hasta un 35 % de su composición).
- Stoneware (pasta de piedra)

Nota1. La pasta tipo stoneware no obedece a una formulación estándar. Generalmente la absorción de agua debe ser menor al 1 %, sin embargo es posible encontrar tipos de stoneware, como es el caso de stoneware rojo el cual tiene un buen acople pasta-vidriado, con absorción de agua de hasta un 10 %

2.9 Semivitrificado: grado de vitrificación evidenciado por una absorción de agua moderada.

2.10 Traslucencia: habilidad de un cuerpo de cerámica para transmitir una proporción de la luz incidente sobre él.

2.11 Utensilio cerámico obra hueca: el que posee una profundidad mayor de 25 mm, la cual se mide a partir del punto interno más bajo hasta el plano horizontal, que pasa por el punto de rebose.

2.12 Utensilio cerámico plano: el que posee una profundidad no mayor de 25 mm, la cual se mide a partir del punto interno más bajo hasta el plano horizontal, que pasa por el punto de rebose.

2.13 Vidriado (esmaltado): recubrimiento cerámico en estado vítreo, que se aplica sobre la superficie de un artículo cerámico.

2.14 Vitrificación: reducción y eliminación progresiva de la porosidad de una composición cerámica con la formación de una fase vítrea, como resultado del tratamiento con calor.

2.15 Vitrificado: grado de vitrificación evidenciado por una absorción de agua baja.

2.16 Vitrocerámica: material inorgánico, no metálico, producido mediante la fusión a altas temperaturas de sus materiales constituyentes; el líquido se enfría posteriormente, hasta alcanzar una condición rígida con cierto grado de cristalización, y puede ser traslúcido u opaco.

3. REQUISITOS

3.1 RESISTENCIA AL IMPACTO Y AL DESPORTILLAMIENTO

Cuando se ensayen, según lo indicado en la NTC 4631 (ASTM C 368) las piezas de vajillería deben cumplir con los requisitos de resistencia al impacto y al desportillamiento, indicados en la Tabla 1.

Tabla 1. Resistencia al impacto y al desportillamiento

Utensilio	Resistencia mínima al impacto en J	Resistencia mínima al desportillamiento en J
Pocillo	0,135	0,080
Pocillo pequeño (Té)	0,135	0,080
Plato hondo (altura mayor o igual que 30 mm)	0,150	0,135
Tazón	0,135	0,080
Plato pando (altura menor que 30 mm)	0,150	0,135

3.2 RESISTENCIA AL CHOQUE TÉRMICO

Cuando se ensayen, según lo indicado en la NTC 4633 (ASTM C 554), las piezas no deben presentar fallas.

Nota 2. Este requisito sólo es aplicable para las vajillas vitrificadas.

3.3 RESISTENCIA DE LA DECORACIÓN APLICADA SOBRE EL VIDRIADO A LOS DETERGENTES

Cuando se ensayen, según lo indicado en la NTC 4636 (ASTM D 3565), las piezas deben tener un grado de ataque nulo (0).

Nota 3. Este requisito solo es aplicable a las piezas que presenten este tipo de decoración.

3.4 RESISTENCIA DEL VIDRIADO AL AGRIETAMIENTO

Cuando se ensayen, de acuerdo con lo indicado en la NTC 4632 (ASTM C 424), las piezas no deben presentar fallas (agrietamiento del vidriado).

Nota 4. Este requisito sólo se aplica para las vajillas no vitrificadas.

3.5 LIBERACIÓN DE PLOMO Y DE CADMIO

Cuando se ensayen las piezas de vajillería, según lo indicado en la NTC 4634 (ISO 6486-1), las piezas no deben sobrepasar los límites permisibles para la liberación de plomo y cadmio establecidos en la Tabla 2.

Tabla 2. Límites máximos permisibles de desprendimiento de plomo y cadmio

Tipo de producto cerámico	Unidad	Plomo	Cadmio
Pieza plana	mg/dm ²	1,7	0,17
Obra hueca pequeña	mg/l	5,0	0,5
Obra hueca grande	mg/l	2,5	0,25

3.6 ABSORCIÓN DE AGUA

Cuando se ensayen los fragmentos de piezas, según lo indicado en la NTC 4635 (ASTM C 373), el valor promedio de absorción de agua debe ser máximo 0,8 % y 1,2 % como valor individual.

4. TOMA DE ESPECÍMENES Y CRITERIO DE ACEPTACIÓN O RECHAZO

4.1 DEFECTOS MAYORES

4.1.1 Suciedad producida sobre la cara principal de 0,8 mm o más y mayor de 2 mm sobre la cara posterior.

4.1.2 Fisura. En cualquier cantidad, excepto las pequeñas, localizadas en la parte inferior de la unión entre el asa y la taza.

4.1.3 Desportilladuras.

4.1.4 Manchas oscuras mayores de 1 mm sobre la cara principal.

4.1.5 Punzaduras mayores de 0,4 mm.

4.1.6 Esmerilado. Las marcas de la esmaltadora y del soporte de carga en la cocción mayores de 4 mm de diámetro; y las menores de 4 mm de diámetro que estén sin pulir.

4.1.7 Ampollas mayores de 0,5 mm, cuando aparecen una o más sobre la cara principal.

4.1.8 Burbujas abiertas o esmalte verdoso, debido a la presencia de una capa gruesa de vidriado.

4.1.9 Alabeo. Cuando es tan pronunciado que la pieza puede mecerse sobre su propia base, o producir un asentamiento inestable.

4.1.10 Asa mal colocada sobre la pieza, de manera que desmejora la apariencia y el funcionamiento de la pieza o ambos.

4.1.11 Esquinas o bordes cortantes.

4.1.12 Decoración mal colocada que afecte la apariencia.

4.2 TOMA DE ESPECÍMENES

4.2.1 Para efectuar la inspección de defectos mayores, se recomienda la toma de especímenes según lo indicado en la Tabla 3, pero pueden existir acuerdos cliente-proveedor para su determinación

Tabla 3. Plan de muestreo para defectos mayores

Tamaño del lote			Número de especímenes	NAC = 4,0	
				Ac	Re
2	a	15	3	0	1
16	a	90	13	1	2
91	a	150	20	2	3
151	a	280	32	3	4
281	a	500	50	5	6
501	a	1 200	80	7	8
1 201	a	3 200	125	10	11

Plan de muestreo simple normal.

Nivel de inspección general II, nivel de aceptable de calidad (NAC = 4,0).

Nota 5. Si el número de especímenes excede al tamaño del lote se hace inspección al 100 %

4.3 DEFECTOS MENORES

4.3.1 Suciedades menores de 0,8 mm, cuando son cinco o más sobre la cara posterior.

4.3.2 Manchas de 0,2 mm a 1,0 mm cuando son cuatro o más sobre la cara principal.

4.3.3 Punzaduras de 0,2 mm a 0,4 mm cuando son cuatro o más sobre la cara principal, o cinco o más sobre la cara posterior.

4.3.4 Esmerilado. Las marcas de la esmaltadora y del soporte de carga en la cocción hasta de 7 mm, cuando son más de tres en la cara posterior.

4.3.5 Suma de manchas oscuras de 0,2 mm a 1,0 mm; punzaduras de 0,2 mm a 0,4 mm y suciedades no pulidas menores de 0,8 mm cuando aparezcan cuatro o más sobre la cara principal.

4.3.6 Suma de punzaduras de 0,2 mm a 0,4 mm y suciedades no pulidas menores de 0,8 mm o marcas de esmerilado en el vidriado, cuyo tamaño máximo no exceda de 3,5 mm cuando aparezcan cuatro o más sobre la cara posterior.

4.3.7 Decoración manchada o desplazada.

4.4 Para efectuar la inspección de defectos menores, se recomienda la toma de especímenes según lo indicado en la Tabla 4, pero pueden existir acuerdos cliente-proveedor para su determinación.

Tabla 4. Plan de muestreo para defectos menores

Tamaño del lote			Número de especímenes	NAC = 6,5	
				Ac	Re
2	a	15	2	0	1
16	a	50	8	1	2
51	a	90	13	2	3
91	a	150	20	3	4
151	a	280	32	5	6
281	a	500	50	7	8
501	a	1 200	80	10	11
1 201	a	3 200	125	14	15

Plan de muestreo simple normal.

Nivel de inspección general II, nivel de aceptable de calidad (NAC = 6,5).

4.5 Para verificar los requisitos establecidos en los numerales 3.1, 3.2, 3.3, 3.4 y 3.6 se recomienda el plan de muestreo indicado en la Tabla 5, pero pueden existir acuerdos cliente-proveedor para su determinación.

Tabla 5. Plan de muestreo para verificar los requisitos de los numerales 3.1, 3.2, 3.3, 3.4 y 3.6

Tamaño del lote			Número de especímenes	NAC = 2,5	
				Ac	Re
2	a	150	5	0	1
151	a	500	20	1	2
501	a	1 200	32	2	3
1 201	a	10 000	50	3	4

Plan de muestreo simple normal.

Nivel de inspección especial S4, nivel de aceptable de calidad (NAC = 2,5).

Nota 6. Si el número de especímenes excede el tamaño del lote se hace inspección al 100 %

Hasta donde sea posible se utiliza un espécimen para verificar más de un requisito.

4.6 Para verificar los requisitos establecidos en el numeral 3.5 se toma el número de especímenes de acuerdo con el método de ensayo.

4.7 CRITERIO DE ACEPTACIÓN O RECHAZO

Si el número de unidades defectuosas excede el número de aceptación (Ac) indicado en las Tablas 3, 4 y 5 se rechaza el lote, en caso contrario se acepta.

5. ROTULADO

En el producto se debe indicar en forma legible, mínimo la siguiente información.

- Identificación del fabricante o marca de fábrica.
- País de origen.
- Tipo de producto "vitrificado".

En el empaque del producto se debe indicar además de la información anterior

- Año de fabricación o lote de fabricación.

6. APÉNDICE

6.1 NORMAS QUE DEBEN CONSULTARSE

Las siguientes normas contienen disposiciones que, mediante la referencia dentro de este texto, constituyen la integridad de esta norma. En el momento de la publicación eran válidas las ediciones indicadas. Todas las normas están sujetas a actualización, los participantes, mediante acuerdos basados en esta norma, deben investigar la posibilidad de aplicar la última versión de la norma mencionada a continuación.

NTC 4631:1999, Método de ensayo para determinar el impacto y desportillado en vajillería de mesa (ASTM C 368).

NTC 4632:1999, Método de ensayo para determinar la resistencia al agrietamiento para piezas vidriadas de vajillería, mediante el uso del autoclave (ASTM C 424).

NTC 4633:1999, Método de ensayo para determinar el choque térmico en piezas vidriadas de vajillería (ASTM C 554).

NTC 4634:1999, Método de ensayo para determinar la liberación de plomo y cadmio en recipientes cerámicos en contacto con alimentos (ISO 6486-1).

NTC 4635:1999, Método de ensayo para determinar la absorción de agua, la densidad a granel, la porosidad aparente y la gravedad específica aparente de productos de cerámica blanca cocida con y sin vidriado (ASTM C 373).

NTC 4636:1999, Método de ensayo para determinar la resistencia de la decoración mediante detergentes en piezas de vajillería (ASTM D 3565)

ANEXO E. PROPIEDADES DE LA VAJILLA DE CALIDAD INSTITUCIONAL

El material utilizado en la vajilla institucional, es la porcelana, en la cual, el ingrediente más importante es el caolín, una arcilla muy pura, de grano muy fino, que hace posible todas las características de blancura, ligereza y poco grosor. Este caolín se mezcla con feldespatos, que al fundirse le dan a la pieza un aspecto vidriado, y cuarzos que hacen que las piezas sean resistentes a casi cualquier ácido. Para que un producto adquiriera el grado de porcelana debe ser cocido 2 veces. Absorbe 0% de agua¹.

Para el mercado institucional, se requieren unas características que las hacen aptas para el tráfico pesado como resistencia al choque térmico, bordes reforzados, formas apilables y esmaltes resistentes al rayado. Resistencia esmalte quemado a más de 1.400°C), pues ofrece mayor resistencia mecánica a las rayaduras y a las manchas, es resistente y permite formas novedosas². Además, soporta un nivel de rotación y lavado frecuentes.

¹ LAGOA, Marta. Materiales: Cómo elegir una vajilla. 2009. Se encuentra en:
<http://lagoas.blog.com.es/2009/12/06/materiales-como-elegir-una-vajilla-7519574/>

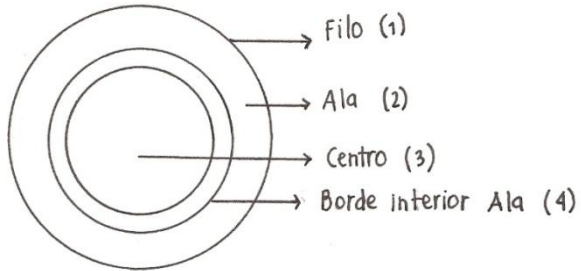
² ESCOBAR, Carolina. No rompa un plato. Catering. Año 3, Nº10. Se encuentra en:
http://www.catering.com.co/ediciones_catering/EDICION10/Catering10-pdf/informe%20especial/vajillas.pdf

ANEXO F. MORFOGRAMAS

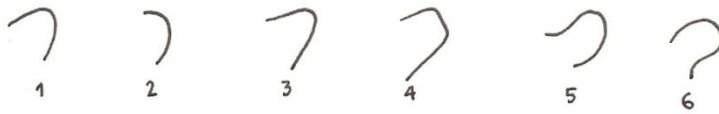
Manuela (1)

Diana (2)

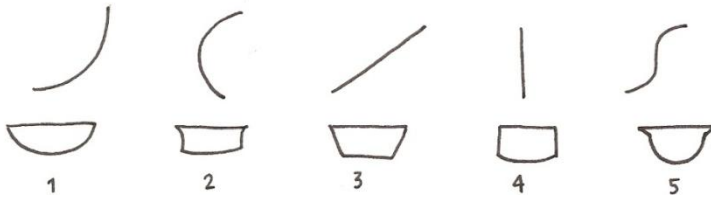
PLATO (1)



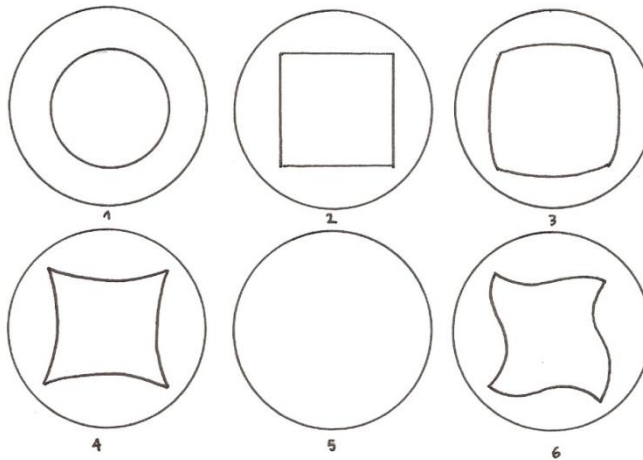
◦ Zona Formal 1 : FILO



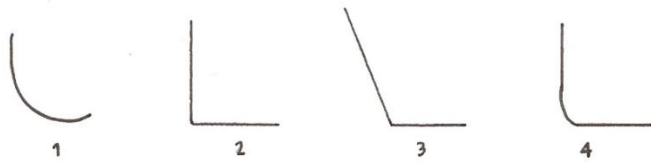
◦ Zona Formal 2 : ALA



◦ Zona Formal 3 : CENTRO

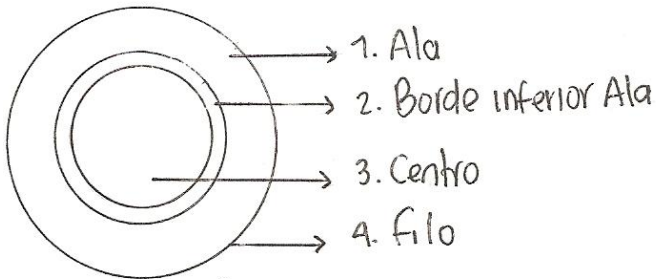


◦ Zona Formal 4: BORDE INTERIOR ALA.

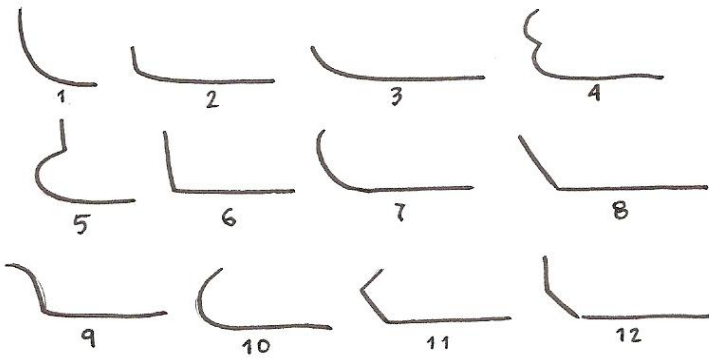


X sin borde
5

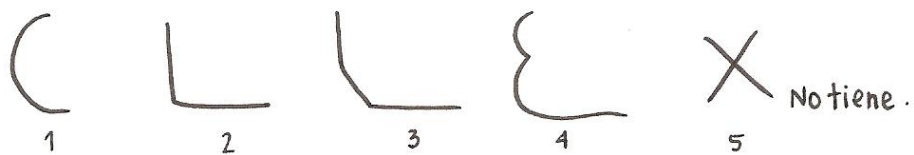
PLATOS (2)



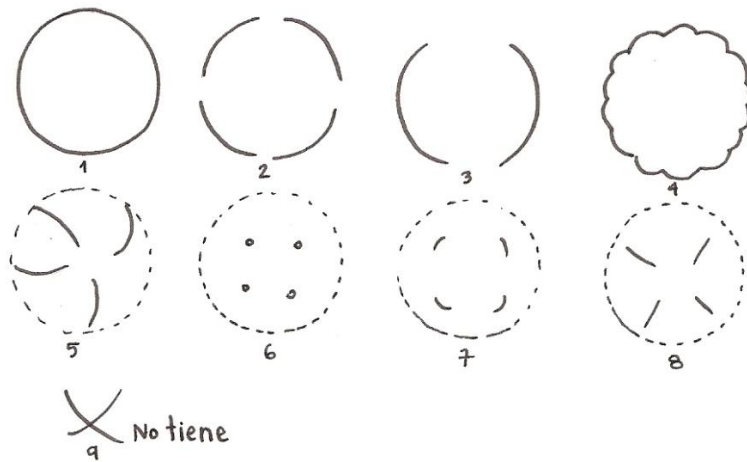
◦ Zona Formal 1: Ala



◦ Zona Formal 2: Borde interior Ala



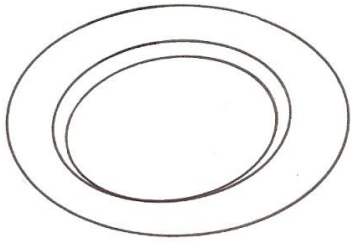
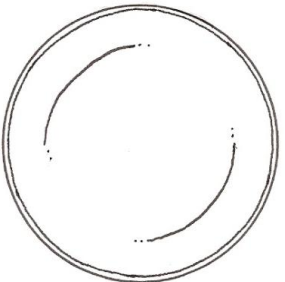
o Zona Formal 3 : Centro

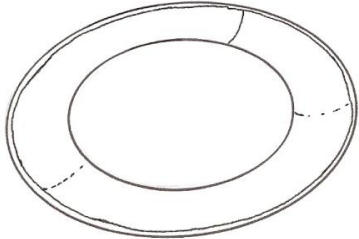
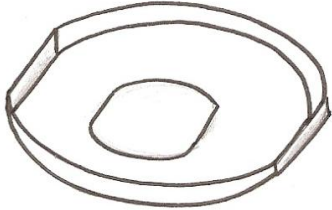
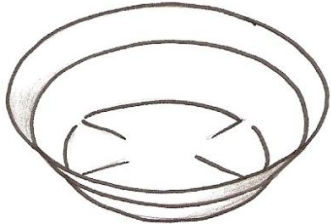
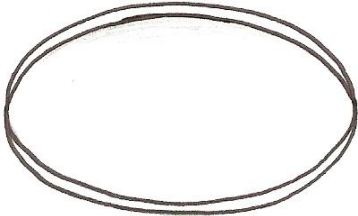
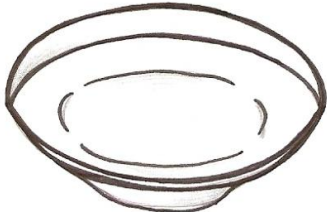


o Zona Formal 4 : Filo

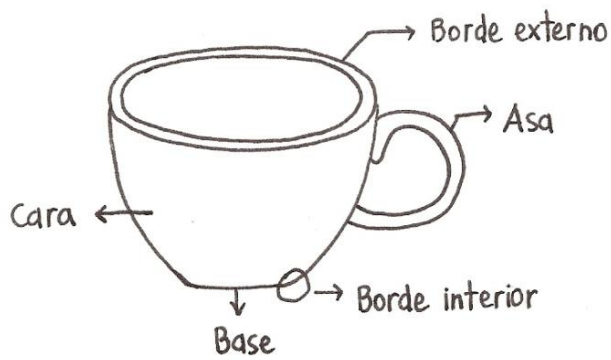


PROPUESTAS PLATOS

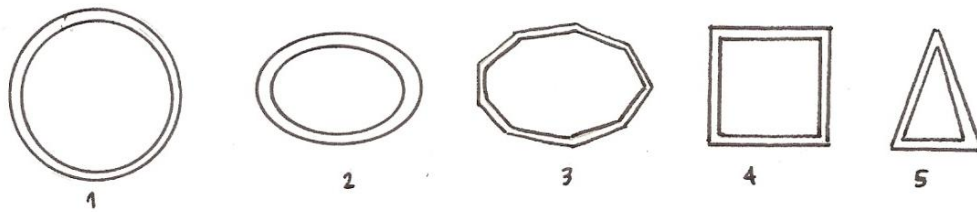
PLATOS	
PROPUESTAS (1)	
<p>1.</p> 	<p>Zona Formal 1 = 4 Zona Formal 2 = 4 Zona Formal 3 = 1 Zona Formal 4 = 2</p>
<p>2.</p> 	<p>Zona Formal 1 = 1 Zona Formal 2 = 1 Zona Formal 3 = 5 Zona Formal 4 = 5</p>

<p>3.</p> 	<p>Zona Formal 1 = 2 Zona Formal 2 = 1 Zona Formal 3 = 1 Zona Formal 4 = 4</p>
<p>PROPUESTAS 2</p>	
<p>4.</p> 	<p>Zona Formal 1 = 6 Zona Formal 2 = 2 Zona Formal 3 = 7 Zona Formal 4 = 2</p>
<p>5.</p> 	<p>Zona Formal 1 = 8 Zona Formal 2 = 2 Zona Formal 3 = 8 Zona Formal 4 = 1</p>
<p>6.</p> 	<p>Zona Formal 1 = 2 Zona Formal 2 = 5 Zona Formal 3 = 1 Zona Formal 4 = 2</p>
<p>7.</p> 	<p>Zona Formal 1 = 8 Zona Formal 2 = 3 Zona Formal 3 = 2 Zona Formal 4 = 2</p>

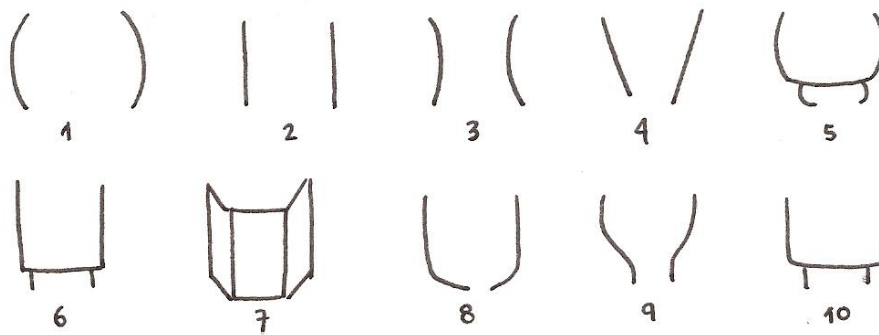
POCILLO (1)



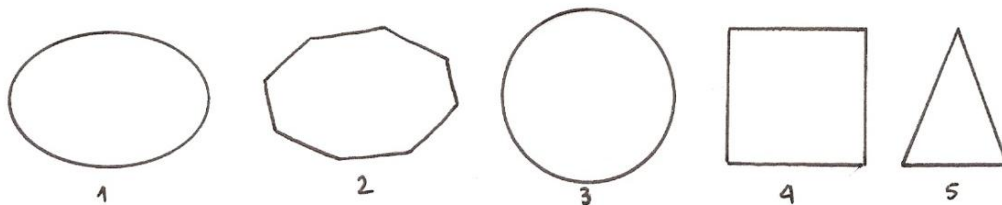
Zona formal 1: BORDE EXTERNO



Zona Formal 2: Cara.



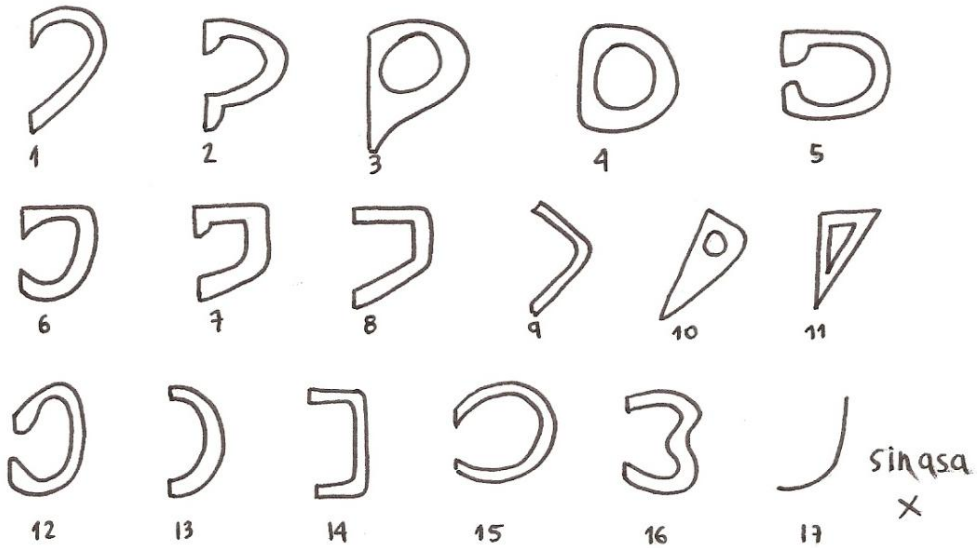
° Zona Formal 3: BASE



◦ Zona Formal 4: BORDE INTERIOR.

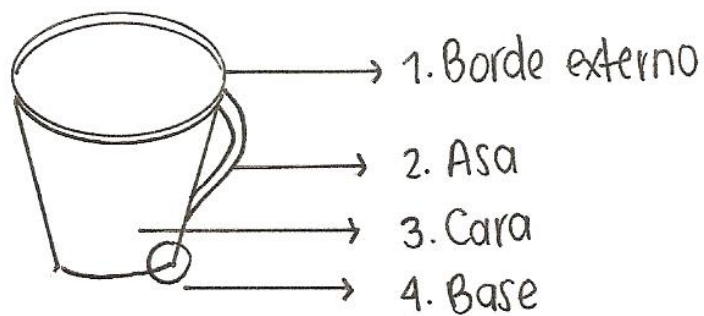


◦ Zona Formal 5: ASA

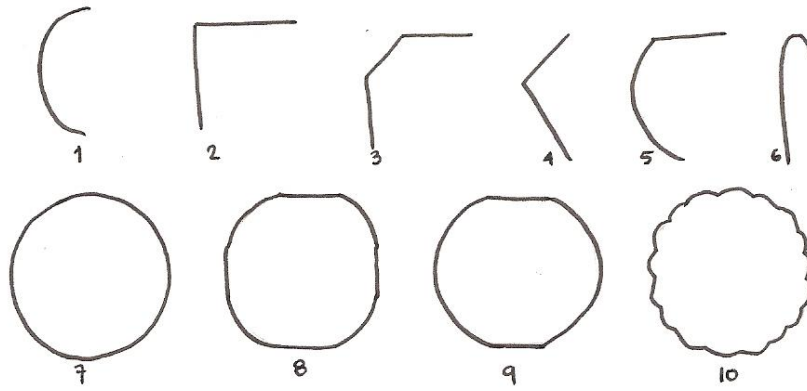


POCILLO (2)

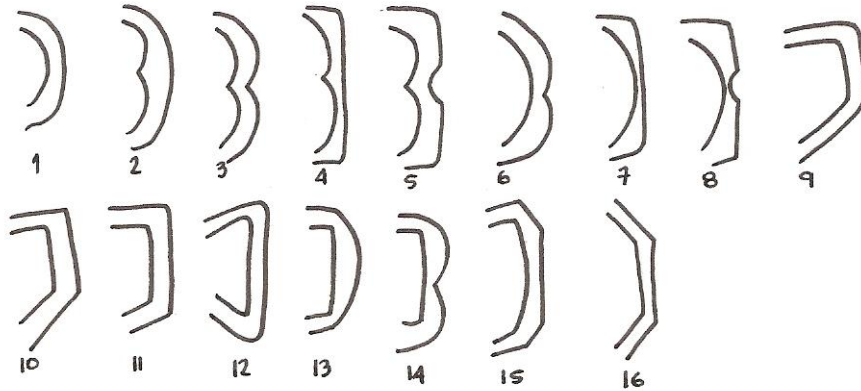
◦ Pocillo



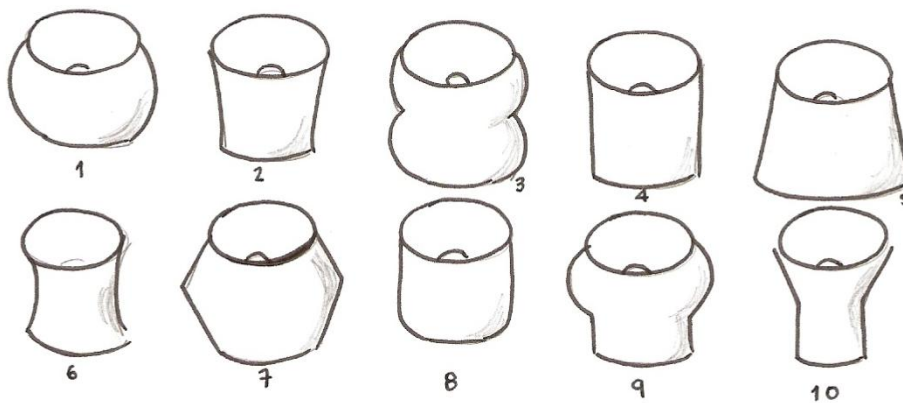
o Zona Formal 1 : Borde externo



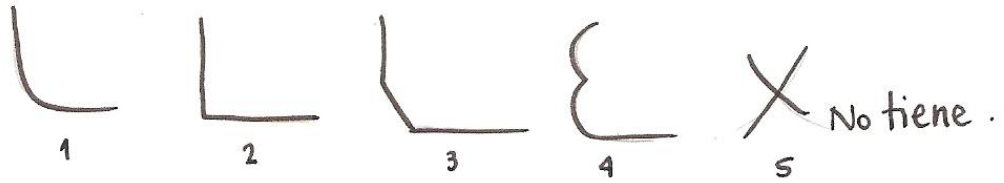
o Zona Formal 2 : Asa



o Zona Formal 3 : Cara

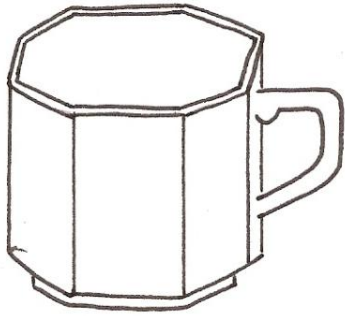


o Zona Formal 4: Base



PROPUESTAS DE POCILLOS

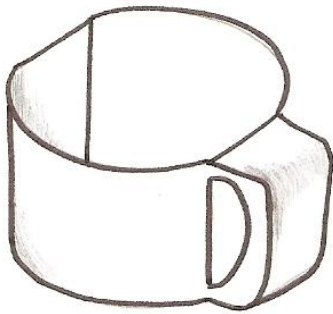
POCILLOS	
PROPUESTAS (1)	
<p>1.</p>	<p>Zona Formal 1 = 2 Zona Formal 2 = 1 Zona Formal 3 = 3 Zona Formal 4 = 1</p>
<p>2.</p>	<p>Zona Formal 1 = 2 Zona Formal 2 = 1 Zona Formal 3 = 3 Zona Formal 4 = 1</p>
<p>3.</p>	<p>Zona Formal 1 = 1 Zona Formal 2 = 4 Zona Formal 3 = 1 Zona Formal 4 = 1</p>



Zona Formal 1 = 3
Zona Formal 2 = 7
Zona Formal 3 = 2
Zona Formal 4 = 2

PROPUESTAS (2)

5.



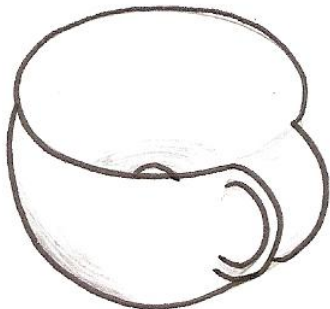
Zona Formal 1 = 8
Zona Formal 2 = 11
Zona Formal 3 = 8
Zona Formal 4 = 1

6.

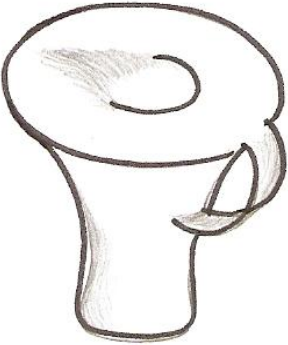


Zona Formal 1 = 9
Zona Formal 2 = 1
Zona Formal 3 = 1
Zona Formal 4 = 1

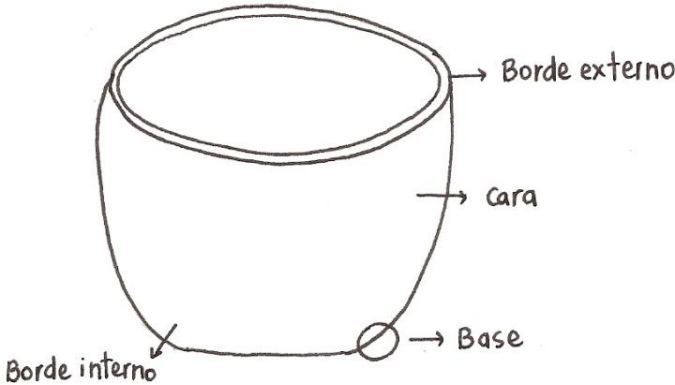
7.



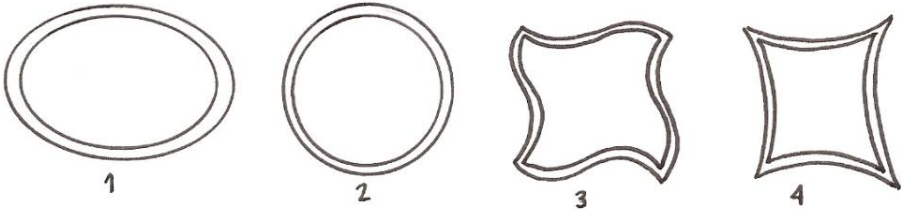
Zona Formal 1 = 7
Zona Formal 2 = 1
Zona Formal 3 = 1
Zona Formal 4 = 1

<p>8.</p> 	<p>Zona Formal 1 = 7 Zona Formal 2 = 1 Zona Formal 3 = 2 Zona Formal 4 = 1</p>
---	---

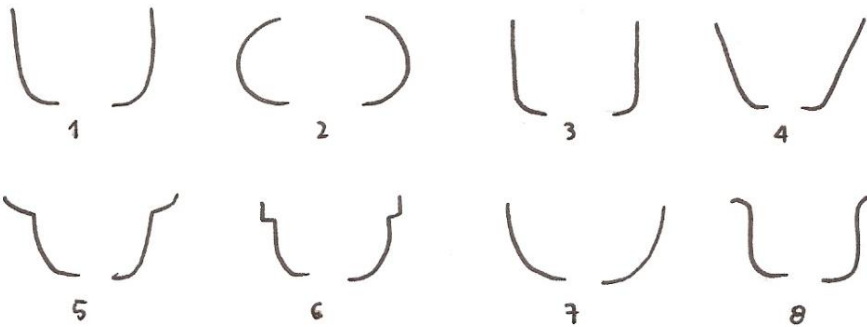
TAZON- BOWL (1)



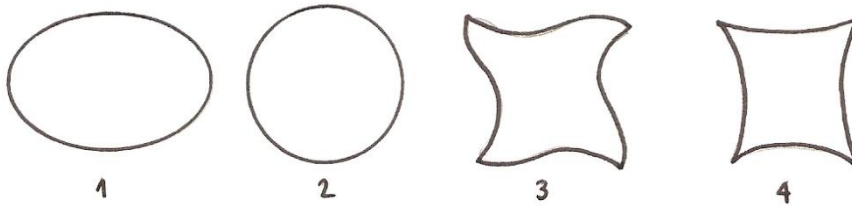
◦ Zona Formal 1 → BORDE EXTERNO



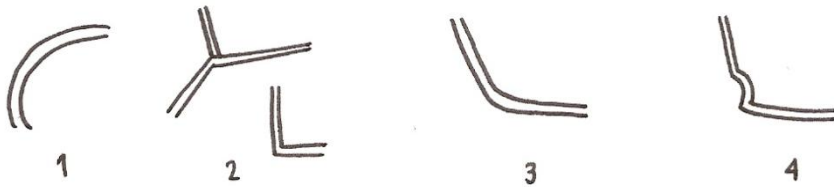
◦ Zona Formal 2: CARA



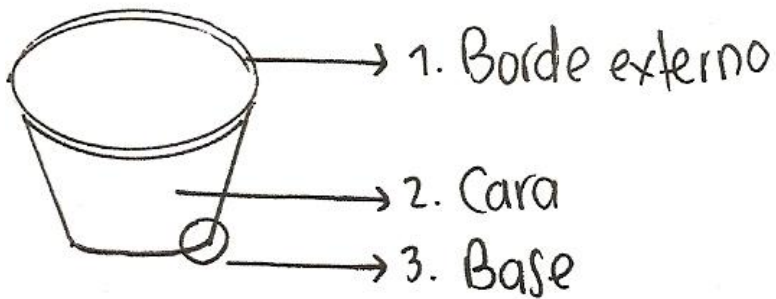
Zona Formal 3: BASE



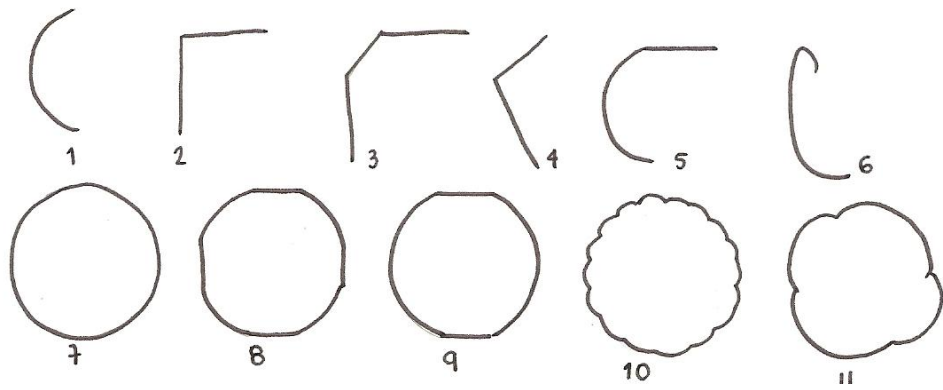
Zona Formal 4: BORDE INTERNO



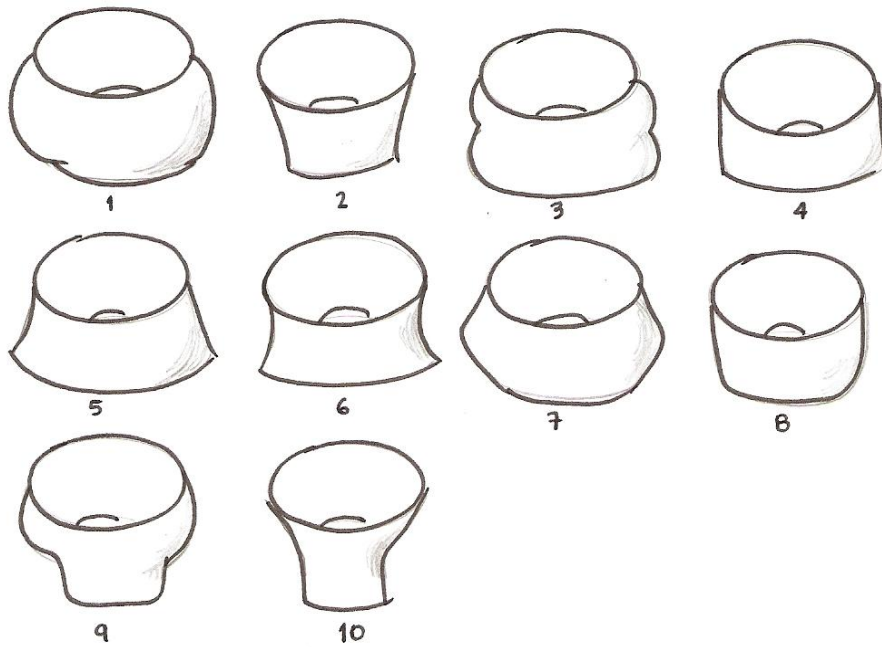
TAZON – BOWL (2)



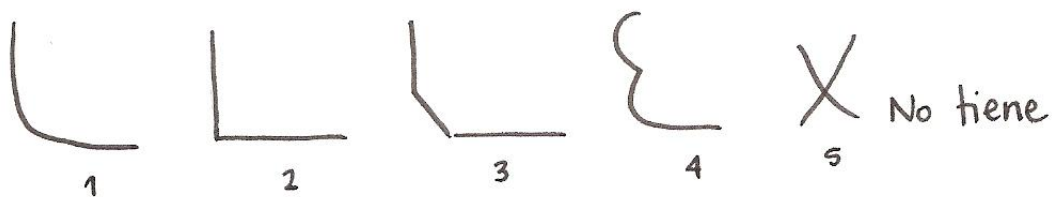
o Zona Formal 1: Borde externo



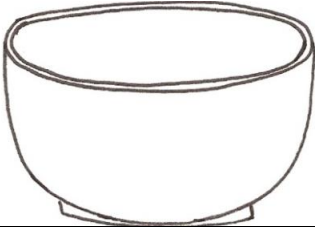
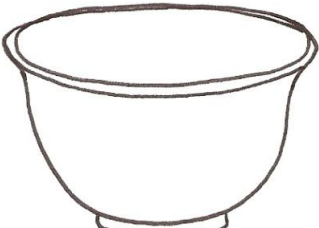
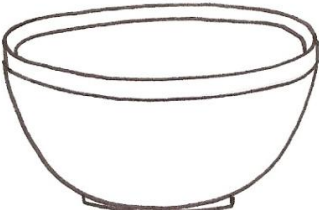
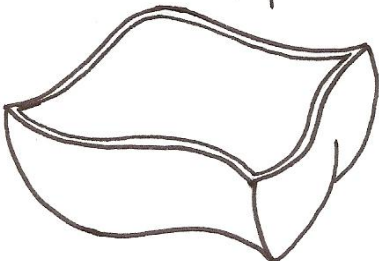
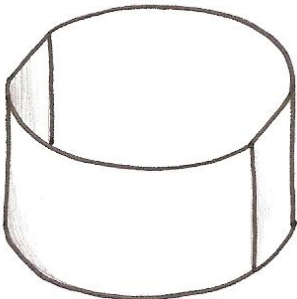
o Zona Formal 2: Cara



o Zona Formal 3: Base



PROPUESTAS BOWL -TAZON

BOWL	
PROPUESTAS (1)	
<p>1.</p> 	<p>Zona Formal 1 = 1 Zona Formal 2 = 1 Zona Formal 3 = 1 Zona Formal 4 = 3</p>
<p>2.</p> 	<p>Zona Formal 1 = 1 Zona Formal 2 = 5 Zona Formal 3 = 2 Zona Formal 4 = 3</p>
<p>3.</p> 	<p>Zona Formal 1 = 1 Zona Formal 2 = 7 Zona Formal 3 = 1 Zona Formal 4 = 3</p>
<p>4.</p> 	<p>Zona Formal 1 = 3 Zona Formal 2 = 2 Zona Formal 3 = 3 Zona Formal 4 = 3</p>
PROPUESTAS (2)	
<p>5.</p> 	<p>Zona Formal 1 = 8 Zona Formal 2 = 4 Zona Formal 3 = 1</p>

6.



Zona Formal 1 = 1
Zona Formal 2 = 8
Zona Formal 3 = 1

7.

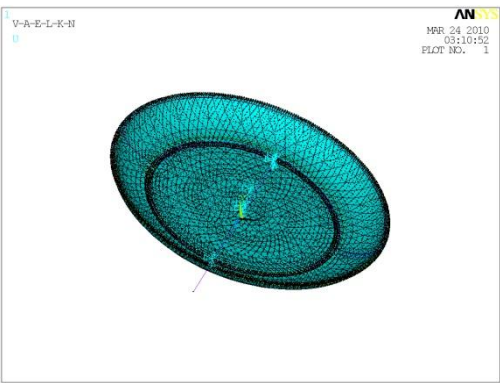
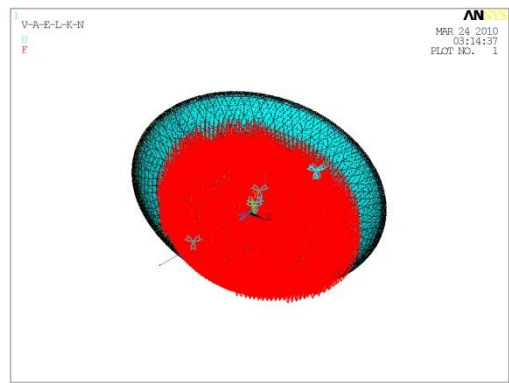
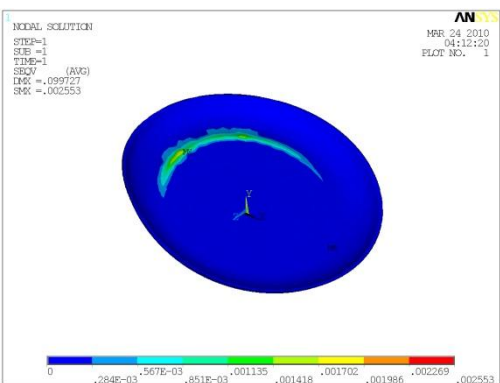
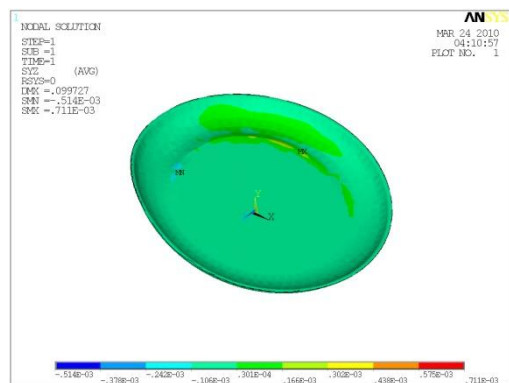


Zona Formal 1 = 7
Zona Formal 2 = 1
Zona Formal 3 = 1

ANEXO H. ANÁLISIS DE ELEMENTOS FINITOS

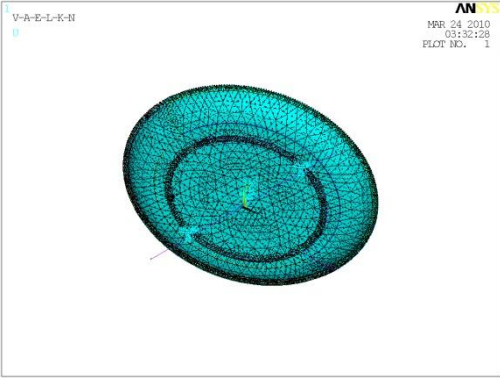
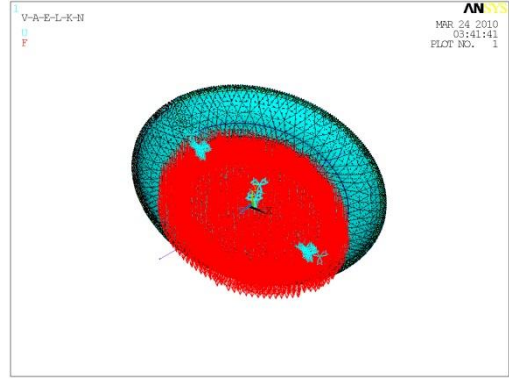
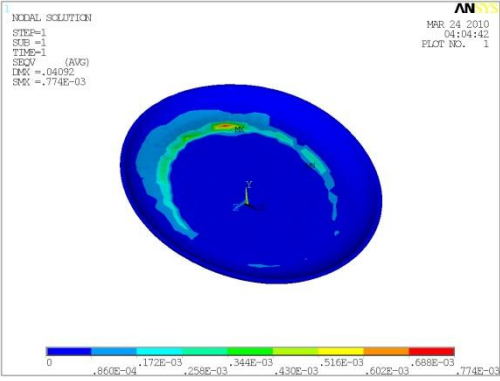
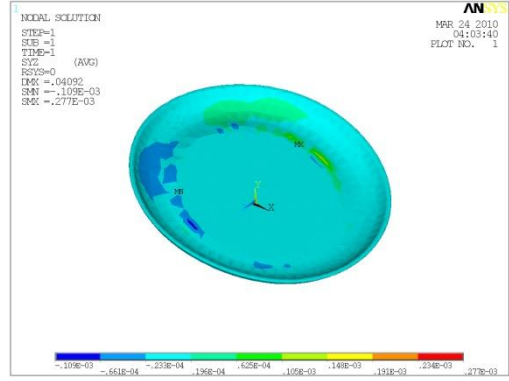
A continuación, se presenta el análisis de Elementos Finitos y los resultados para cada una de las piezas de la vajilla.

Tabla 1. Análisis Elementos Finitos Plato Base

PLATO BASE	
RESTRICCIONES	FUERZA APLICADA
	
VON MISES	DESPLAZAMIENTO
	
<p>Resistencia Max. Al esfuerzo (Vm) = 0,002553 Mpa</p> <p>El máximo esfuerzo soportado se presenta en la base del plato, donde el espesor es menor (5mm). Como la imagen lo muestra, la pieza es resistente a la deformación.</p>	<p>Rigidez Max. a la Flexión (Dy) = 0,711 E-3 mm</p> <p>El desplazamiento se presenta en la base del plato, donde el espesor es menor (5mm). Su valor se encuentra por debajo del máximo permitido (1mm), lo que indica la resistencia de la pieza a la ruptura.</p>

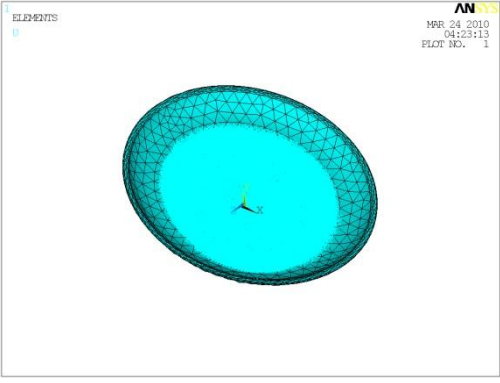
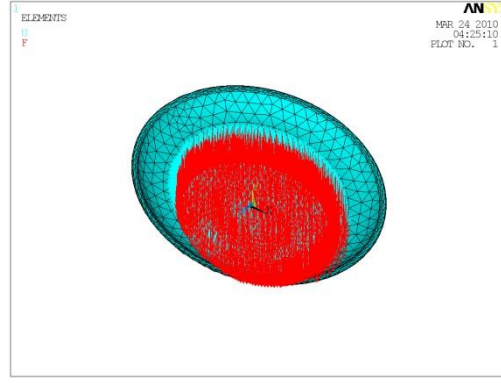
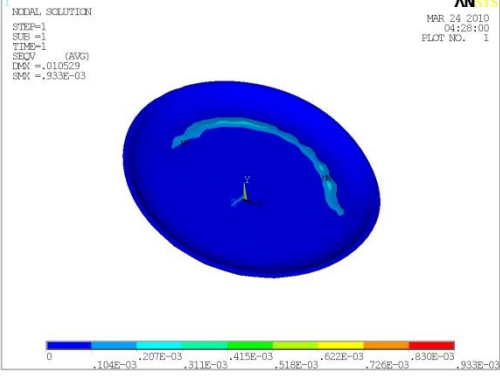
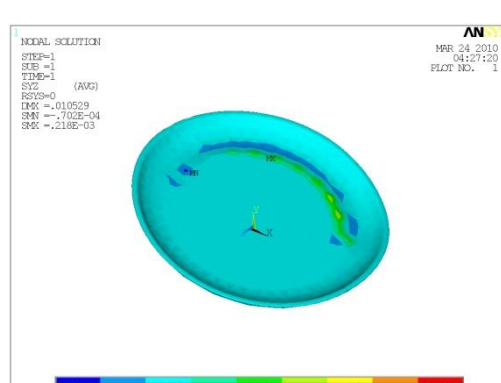
Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Análisis Elementos Finitos Plato Fuerte

PLATO FUERTE	
RESTRICCIONES	FUERZA APLICADA
	
VON MISSES	DESPLAZAMIENTO
	
<p>Resistencia Max. Al esfuerzo (Vm) = 0,774 E-3 Mpa</p> <p>El máximo esfuerzo soportado se presenta en la base del plato, donde el espesor es menor (5mm) especialmente en la peana. Como la imagen lo muestra, la pieza es resistente a la deformación.</p>	<p>Rigidez Max. a la Flexión (Dy) = 0,277 E-3 mm</p> <p>El desplazamiento se presenta en la base del plato, donde el espesor es menor (5mm). Su valor se encuentra por debajo del máximo permitido (1mm), lo que indica la resistencia de la pieza a la ruptura.</p>

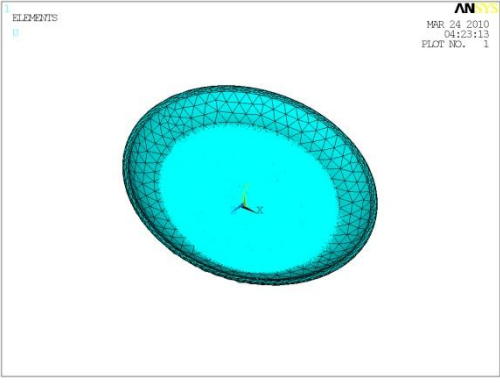
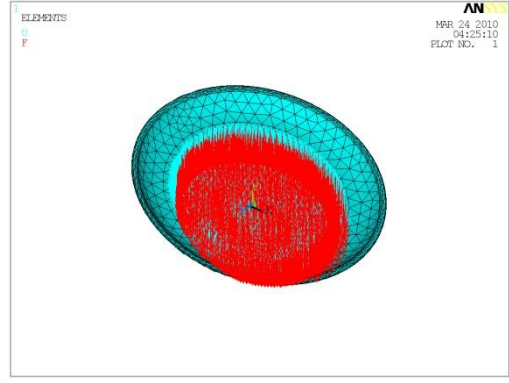
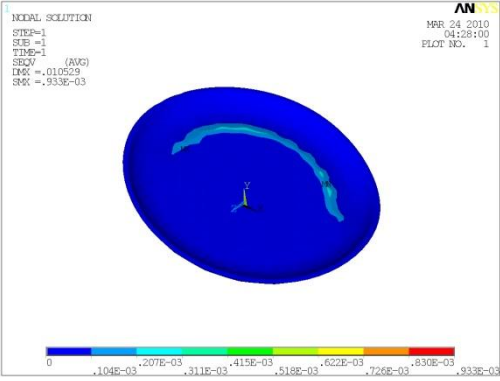
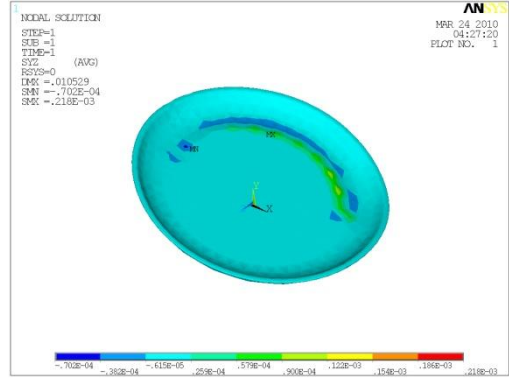
Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Análisis Elementos Finitos Plato Postre-Ensalada

PLATO POSTRE - ENSALADA	
RESTRICCIONES	FUERZA APLICADA
	
VON MISSES	DESPLAZAMIENTO
	
<p>Resistencia Max. Al esfuerzo (Vm) = 0,933 E-3 Mpa</p> <p>El máximo esfuerzo soportado se presenta en la base del plato, donde el espesor es menor (5mm). Como la imagen lo muestra, la pieza es resistente a la deformación.</p>	<p>Rigidez Max. a la Flexión (Dy) = 0,218 E-3 mm</p> <p>El desplazamiento se presenta en la base del plato, donde el espesor es menor (5mm). Su valor se encuentra por debajo del máximo permitido (1mm), lo que indica la resistencia de la pieza a la ruptura.</p>

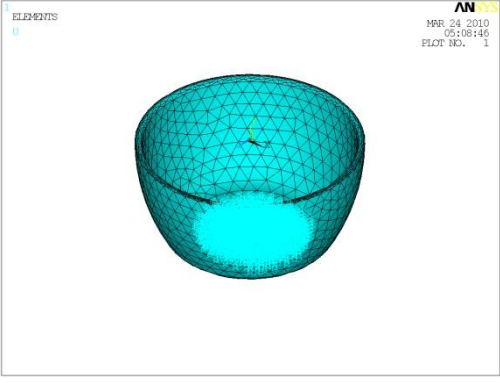
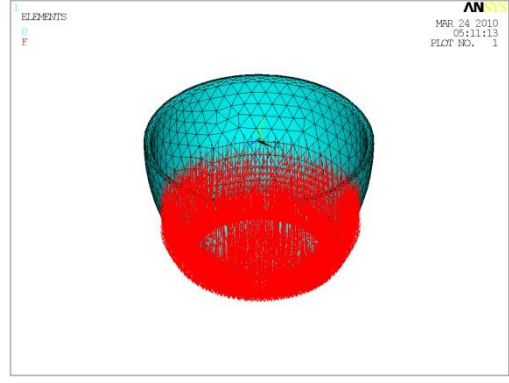
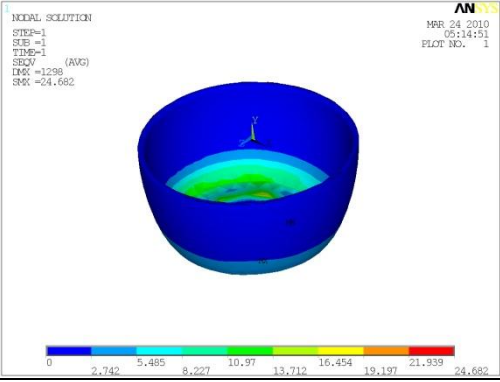
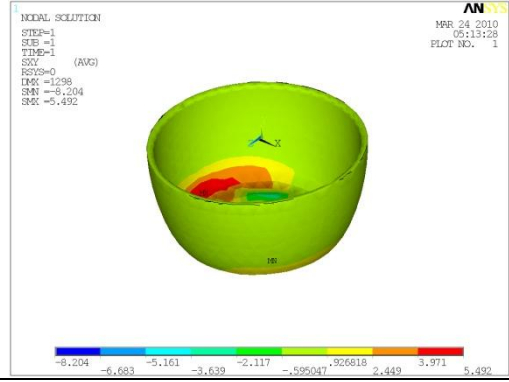
Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Análisis Elementos Finitos Plato Pocillo

PLATO POCILLO	
RESTRICCIONES	FUERZA APLICADA
	
VON MISSES	DESPLAZAMIENTO
	
<p>Resistencia Max. Al esfuerzo (Vm) = 0,001145 Mpa</p> <p>El máximo esfuerzo soportado se presenta en la base del plato, donde el espesor es menor (5mm). Como la imagen lo muestra, la pieza es resistente a la deformación.</p>	<p>Rigidez Max. a la Flexión (Dy) = 0,431 E-3 mm</p> <p>El desplazamiento se presenta en la base del plato, donde el espesor es menor (5mm). Su valor se encuentra por debajo del máximo permitido (1mm), lo que indica la resistencia de la pieza a la ruptura.</p>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5. Análisis Elementos Finitos Bowl

BOWL	
RESTRICCIONES	FUERZA APLICADA
	
VON MISSES	DESPLAZAMIENTO
	
<p>Resistencia Max. Al esfuerzo (Vm) = 24,682 Mpa</p> <p>El valor del máximo esfuerzo soportado es alto. Sin embargo, como la imagen lo muestra, la deformación de la pieza es mínima.</p>	<p>Rigidez Max. a la Flexión (Dy) = 5,492 mm</p> <p>El desplazamiento se presenta en la base del bowl, donde el espesor es menor (5mm), especialmente en la peana. Su valor se encuentra por encima del máximo permitido (1mm), lo que indica una alta posibilidad de ruptura. Sin embargo, la fuerza aplicada equivale a cargas de sólidos, y en este caso, la pieza contiene líquidos, lo que disminuye la probabilidad de deflexión.</p>

Fuente: Elaboración propia

SEE DETAIL

B

157

R137

R145

72

80

R17

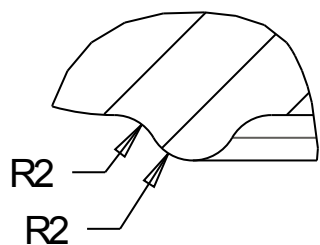
R10

SEE DETAIL

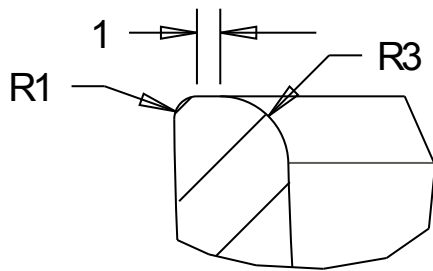
A

93


2

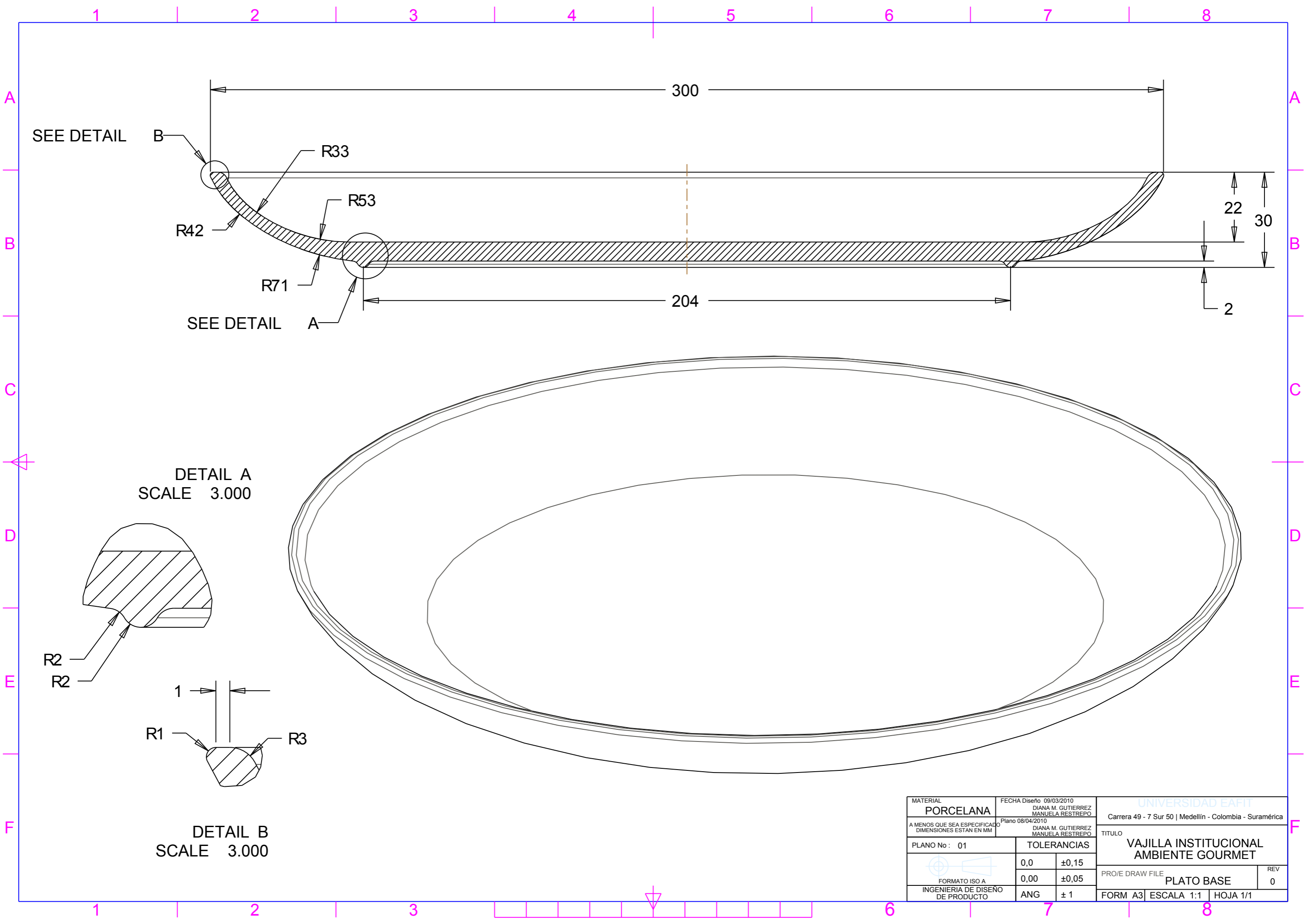


DETAIL A
SCALE 3.000



DETAIL B
SCALE 3.000

MATERIAL PORCELANA	FECHA Diseño 09/03/2010 DIANA M. GUTIERREZ MANUELA RESTREPO SIERRA	UNIVERSIDAD EAFIT Carrera 49 - 7 Sur 50 Medellín - Colombia - Suramérica	
A MENOS QUE SEA ESPECIFICADO DIMENSIONES ESTAN EN MM	Plano 08/04/2010 DIANA M. GUTIERREZ MANUELA RESTREPO SIERRA	TITULO VAJILLA INSTITUCIONAL AMBIENTE GOURMET	
PLANO No: 06	TOLERANCIAS	PRO/E DRAW FILE	REV 0
 FORMATO ISO A	0,0 ±0,15 0,00 ±0,05	BOWL	
INGENIERIA DE DISEÑO DE PRODUCTO	ANG ± 1	FORM A4	ESCALA 1:1 HOJA 1/1




SEE DETAIL

SEE DETAIL

DETAIL A
SCALE 3.000

DETAIL B
SCALE 3.000

MATERIAL PORCELANA	FECHA Diseño 09/03/2010 DIANA M. GUTIERREZ MANUELA RESTREPO	UNIVERSIDAD EAFIT Carrera 49 - 7 Sur 50 Medellín - Colombia - Suramérica	
A MENOS QUE SEA ESPECIFICADO DIMENSIONES ESTAN EN MM	Plano 08/04/2010 DIANA M. GUTIERREZ MANUELA RESTREPO	TITULO VAJILLA INSTITUCIONAL AMBIENTE GOURMET	
PLANO No: 01	TOLERANCIAS		PRO/E DRAW FILE
 FORMATO ISO A INGENIERIA DE DISEÑO DE PRODUCTO	0,0	±0,15	REV
	0,00	±0,05	0
	ANG	± 1	FORM A3 ESCALA 1:1 HOJA 1/1

1 2 3 4 5 6 7 8

A

B

C

D

E

F

A

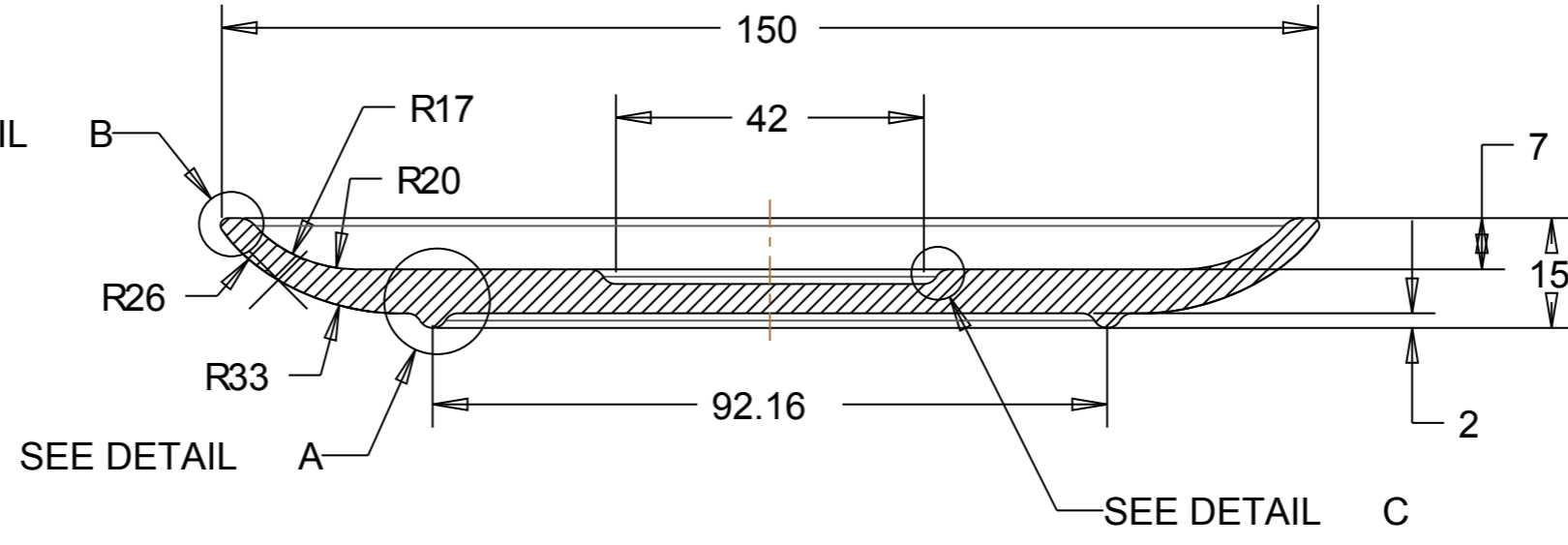
B

C

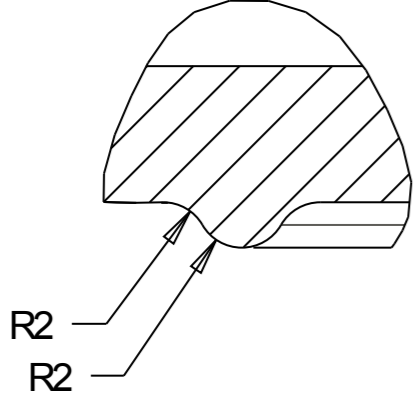
D

E

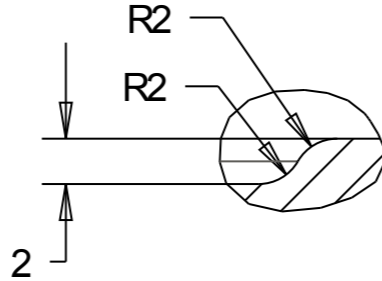
F



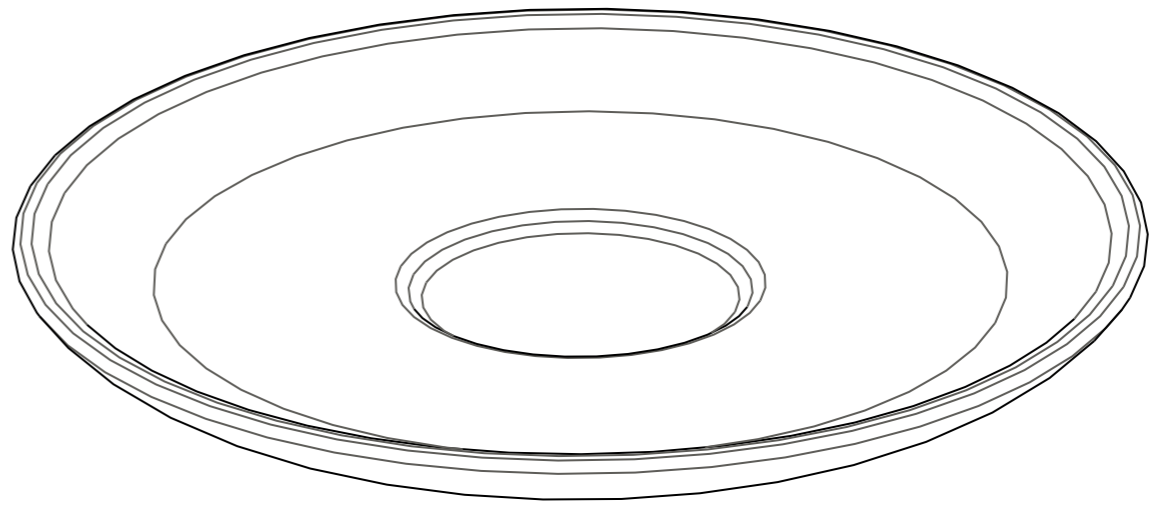
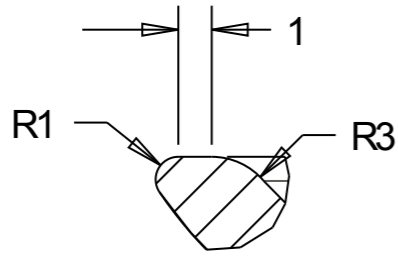
DETAIL A
SCALE 3.000



DETAIL C
SCALE 3.000

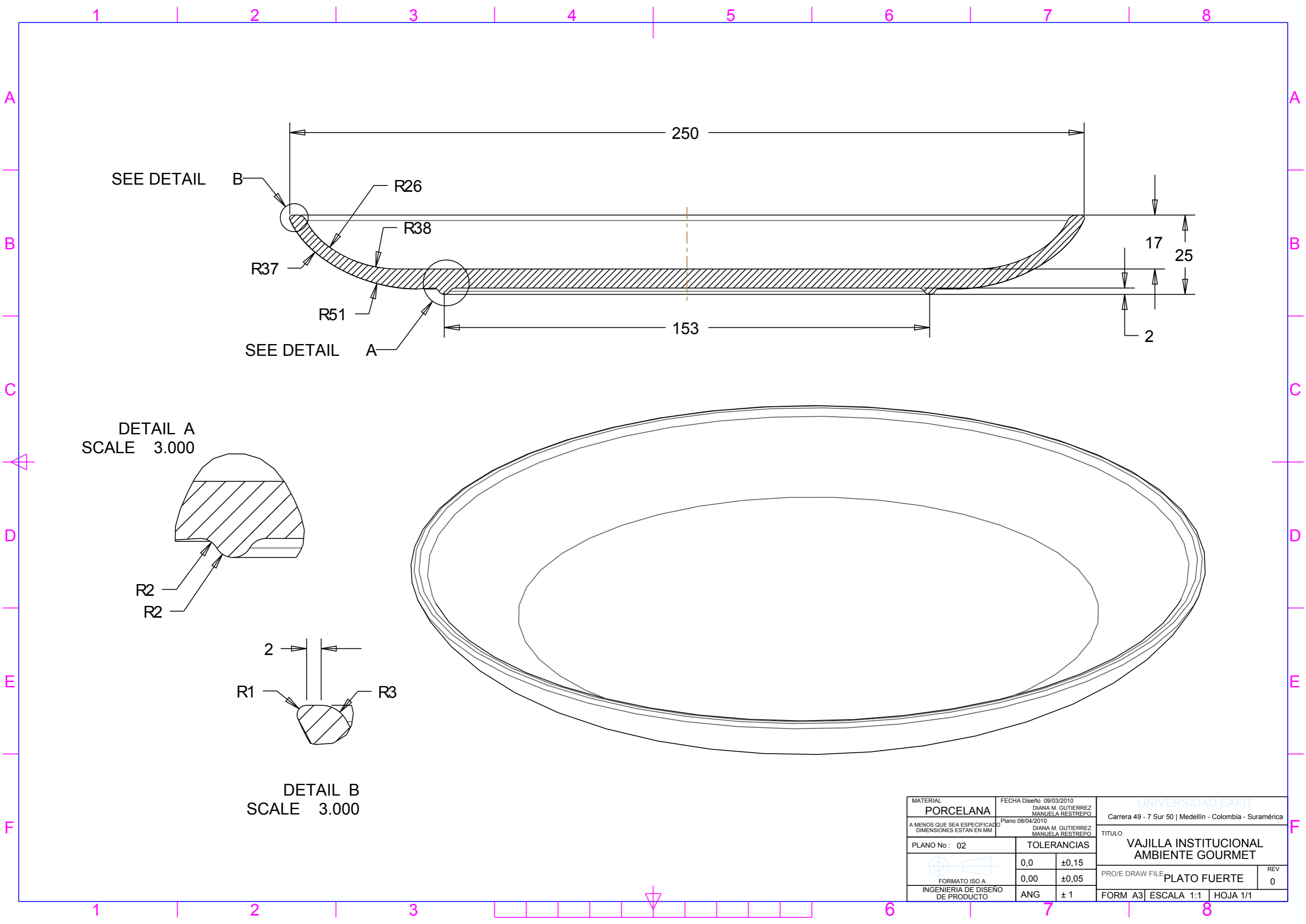


DETAIL B
SCALE 3.000



MATERIAL PORCELANA	FECHA Diseño 09/03/2010 DIANA M. GUTIERREZ MANUELA RESTREPO	UNIVERSIDAD EAFIT Carrera 49 - 7 Sur 50 Medellín - Colombia - Suramérica	
A MENOS QUE SEA ESPECIFICADO DIMENSIONES ESTAN EN MM	Plano 08/04/2010 DIANA M. GUTIERREZ MANUELA RESTREPO	TITULO VAJILLA INSTITUCIONAL AMBIENTE GOURMET	
PLANO No: 04	TOLERANCIAS		REV 0
FORMATO ISO A INGENIERIA DE DISEÑO DE PRODUCTO	0,0	±0,15	PRO/E DRAW FILE PLATO CAFE
	0,00	±0,05	
	ANG	± 1	FORM A3 ESCALA 1:1 HOJA 1/1

1 2 3 4 5 6 7 8



SEE DETAIL

B

R26

250

R38

17

25

R37

R51

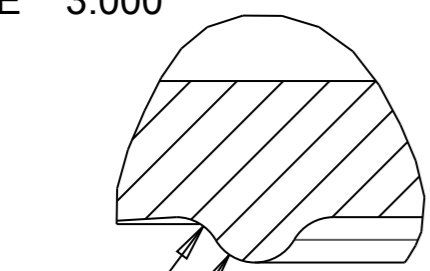
153

2

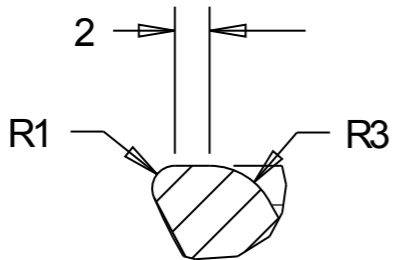
SEE DETAIL

A

DETAIL A
SCALE 3.000



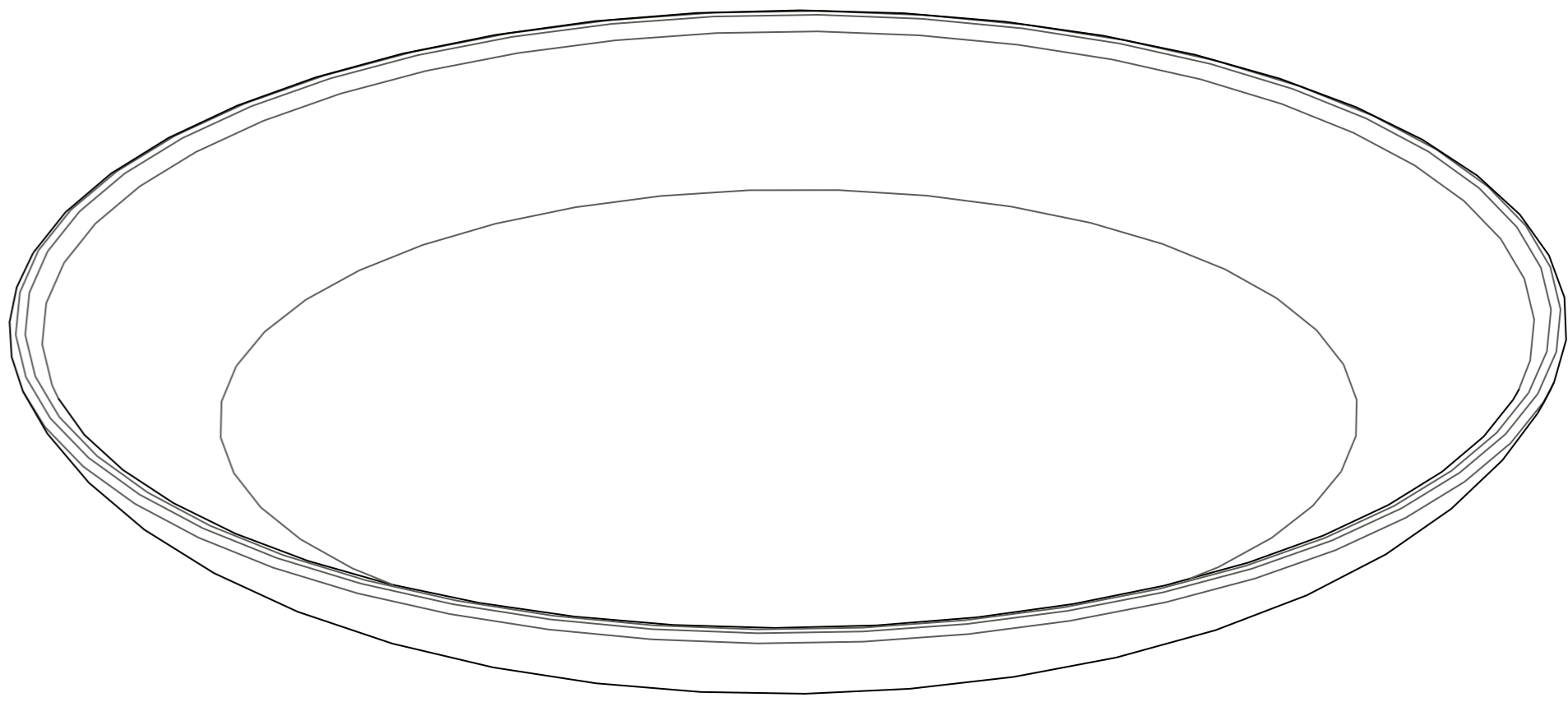
R2
R2




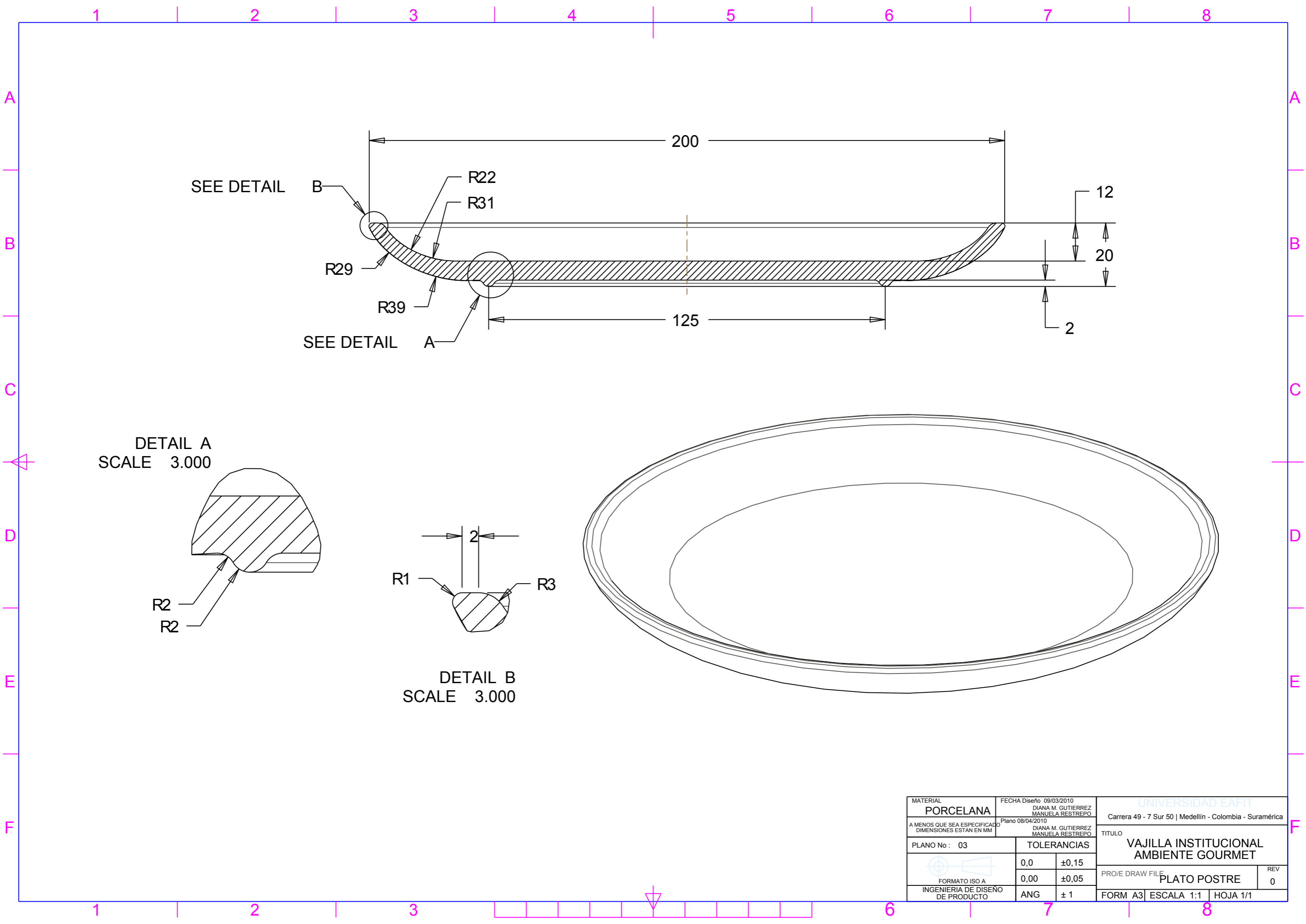
R1

R3

DETAIL B
SCALE 3.000



MATERIAL PORCELANA	FECHA Diseño 09/03/2010 DIANA M. GUTIERREZ MANUELA RESTREPO	UNIVERSIDAD EAFIT Carrera 49 - 7 Sur 50 Medellín - Colombia - Suramérica	
A MENOS QUE SEA ESPECIFICADO DIMENSIONES ESTAN EN MM	Plano 08/04/2010 DIANA M. GUTIERREZ MANUELA RESTREPO	TITULO VAJILLA INSTITUCIONAL AMBIENTE GOURMET	
PLANO No: 02	TOLERANCIAS		PRO/E DRAW FILE
 FORMATO ISO A INGENIERIA DE DISEÑO DE PRODUCTO	0,0	±0,15	PLATO FUERTE
	0,00	±0,05	REV 0
	ANG	± 1	FORM A3 ESCALA 1:1 HOJA 1/1




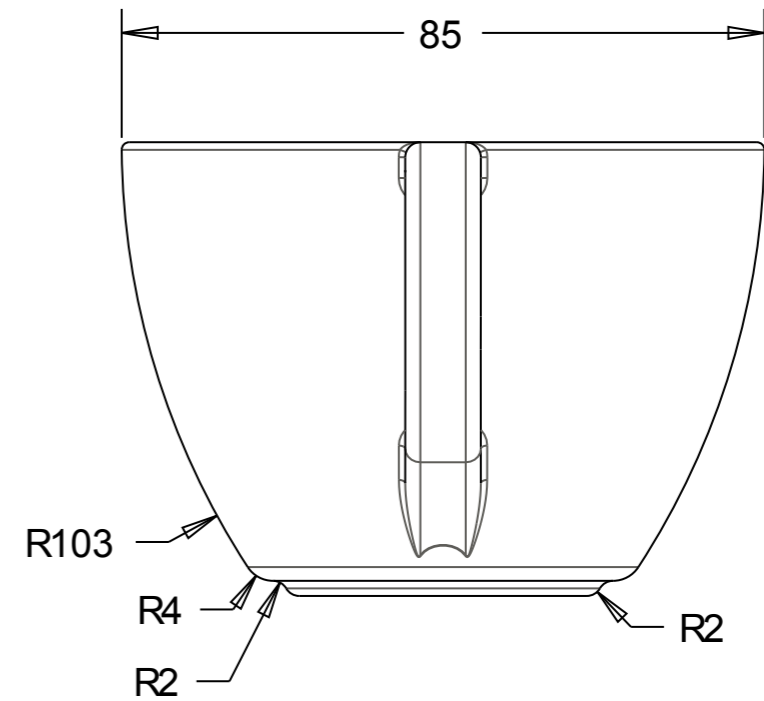
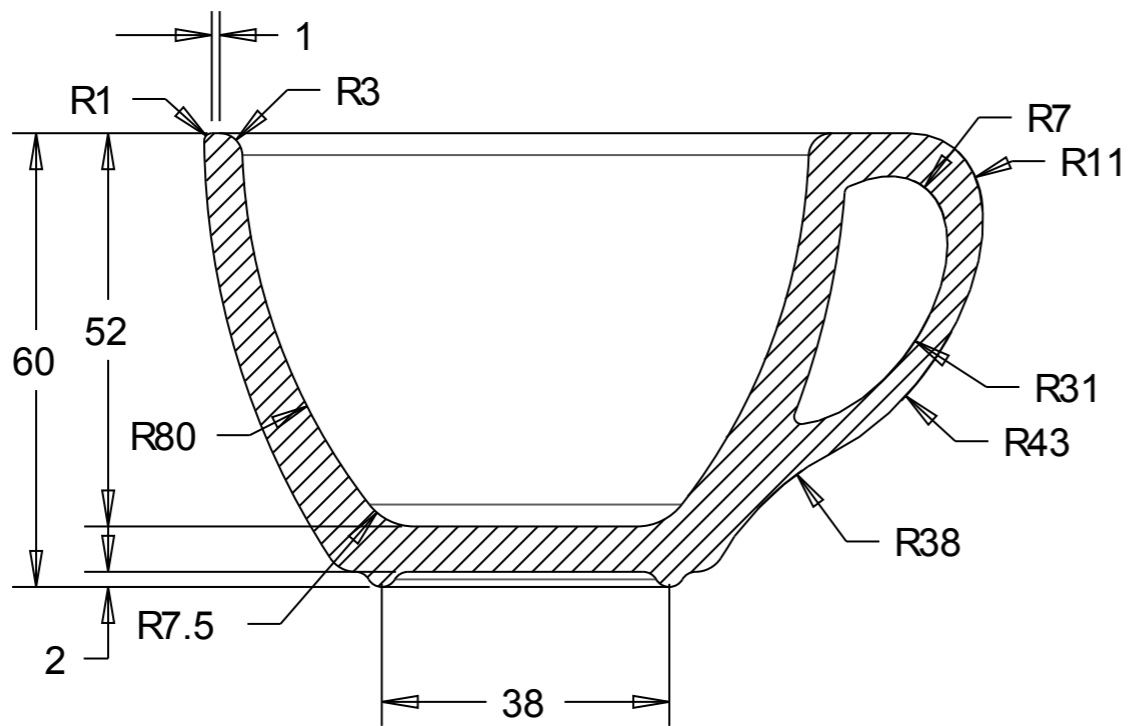
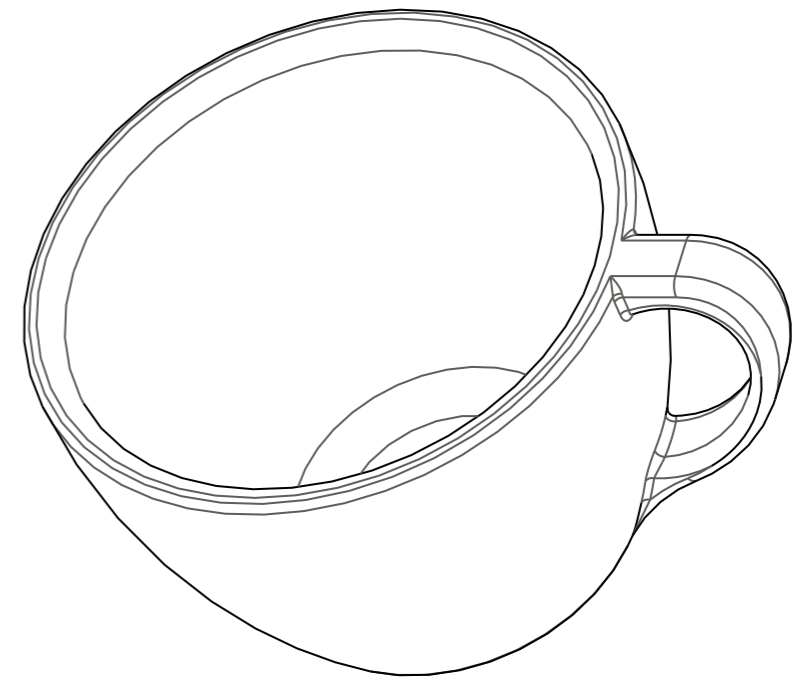
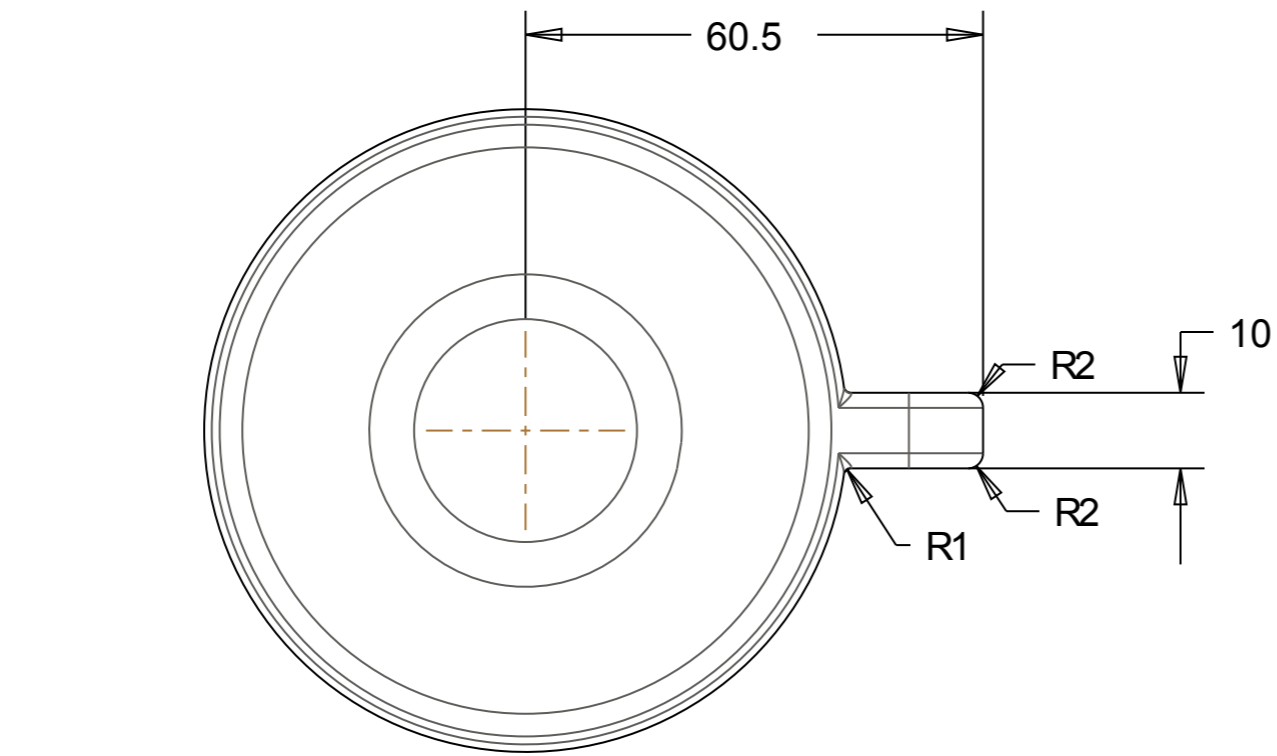
SEE DETAIL

SEE DETAIL

DETAIL A
SCALE 3.000

DETAIL B
SCALE 3.000

MATERIAL PORCELANA	FECHA Diseño 09/03/2010 DIANA M. GUTIERREZ MANUELA RESTREPO	UNIVERSIDAD EAFIT Carrera 49 - 7 Sur 50 Medellín - Colombia - Suramérica	
A MENOS QUE SEA ESPECIFICADO DIMENSIONES ESTAN EN MM	Plano 08/04/2010 DIANA M. GUTIERREZ MANUELA RESTREPO	TITULO VAJILLA INSTITUCIONAL AMBIENTE GOURMET	
PLANO No: 03	TOLERANCIAS		PRO/E DRAW FILE
 FORMATO ISO A INGENIERIA DE DISEÑO DE PRODUCTO	0,0	±0,15	REV 0
	0,00	±0,05	
	ANG	± 1	FORM A3 ESCALA 1:1 HOJA 1/1



MATERIAL PORCELANA	FECHA Diseño 09/03/2010 DIANA M. GUTIERREZ MANUELA RESTREPO	UNIVERSIDAD EAFIT Carrera 49 - 7 Sur 50 Medellín - Colombia - Suramérica	
A MENOS QUE SEA ESPECIFICADO DIMENSIONES ESTAN EN MM	Plano 08/04/2010 DIANA M. GUTIERREZ MANUELA RESTREPO	TITULO VAJILLA INSTITUCIONAL AMBIENTE GOURMET	
PLANO No: 05	TOLERANCIAS	PRO/E DRAW FILE POCILLO	REV 0
FORMATO ISO A INGENIERIA DE DISEÑO DE PRODUCTO	0,0 ±0,15 0,00 ±0,05 ANG ± 1	FORM A3	ESCALA 1:1 HOJA 1/1

ANEXO J. PROCESO DE FABRICACIÓN DETALLADO

Calibración del modelo



Fabricación de las piezas



Pulido de las piezas



Pre- secado



Esmaltado 1



Quema del bizcocho del las piezas



Bizcochos



Esmaltado 2



Quema final



Piezas terminadas

