

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y VIABILIDAD PARA LA CREACION DE UN
“RESTAURANTE TIPO BUFET” DE COMIDA SALUDABLE, EN LA CIUDAD DE
BUCARAMANGA

NELLY PARRA PARRA
EDINSON MAURICIO ZABALA RIOS

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2023

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y VIABILIDAD PARA LA CREACION DE UN
“RESTAURANTE TIPO BUFET” DE COMIDA SALUDABLE, EN LA CIUDAD DE
BUCARAMANGA

NELLY PARRA PARRA
EDINSON MAURICIO ZABALA RIOS

Estudio de factibilidad presentado como requisito para optar al título de Profesional en
Gestión Empresarial

Director
MARIA EUGENIA MARIN ANGULO
Especialista en Evaluación y Gerencia de Proyectos

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL
BUCARAMANGA

2023

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	13
1. ANÁLISIS GENERAL DE SECTOR	15
1.1 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR.....	15
1.2 EVOLUCIÓN DEL SECTOR	17
1.3 TENDENCIAS DEL SECTOR	18
1.4 IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS	21
1.5 MARCO LEGAL	22
1.6 CONTEXTO GEOGRÁFICO	30
2. ESTUDIO DE MERCADOS.....	32
2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	32
2.1.1 Descripción, Usos y especificaciones del producto/servicio.....	32
2.1.2 Atributos diferenciadores.....	33
2.2 SEGMENTO DE MERCADO.....	34
2.2.1 Mercado Potencial.....	35
2.2.2 Mercado Objetivo.	35
2.3 ESTUDIO DE LA DEMANDA	35
2.3.1 Necesidades de información.	35
2.3.2 Tipo de estudio.....	37
2.3.3 Tabulación, presentación y análisis de resultados.	38
2.3.4 Estimación de la demanda actual.....	51
2.3.5 Estimación de la demanda efectiva.	51
2.3.6 Proyección de la demanda para los próximos cinco años.....	51
2.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA	53
2.5 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO MÍNIMO VIABLE	56
2.5.1. Descripción, usos y especificaciones del producto o del servicio.....	56
2.5.2 Productos o servicios complementarios y sustitutos	59
2.6 ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN Y DE DISTRIBUCIÓN	59

2.7 ESTRATEGIA PARA FIJACIÓN DE PRECIOS.....	61
2.8 RELACIONAMIENTO CON LOS CLIENTES	62
2.8.1 Estrategias de comunicación.....	62
2.8.2 Presupuesto de comunicación.	64
2.8.2.1 Presupuesto de lanzamiento	65
2.8.2.2. Presupuesto de operación.....	66
2.9 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADOS	66
3. ESTUDIO TÉCNICO	69
3.1 TIPO DE PROYECTO	69
3.1.1 Factores que determinan el tamaño del proyecto.	70
3.2 DESARROLLO OPERATIVO DEL PROYECTO	71
3.2.1 Ficha técnica del producto mínimo viable.....	72
3.2.2 Descripción y Diagrama de actividades	73
3.2.3 Características del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST).....	76
3.2.4 Análisis Ambiental.	77
3.2.5 Recursos Clave.	77
3.2.6 Infraestructura.	79
3.2.7 Materiales, insumos o mercancías.	81
3.2.8 Distribución de planta.....	82
3.2.9 Localización.....	83
3.2.9.1 Macro localización.....	83
3.2.9.2 Micro localización.	84
3.2.10 Control de calidad.	89
3.3 CAPACIDAD DEL PROYECTO	91
3.3.1 Capacidad total diseñada por línea de producto o servicio.	91
3.3.2 Capacidad Instalada.....	91
3.3.3 Capacidad utilizada y proyectada.....	92
3.4 CONCLUSION DEL ESTUDIO TECNICO DEL PROYECTO.....	93
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	95

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN	95
4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	97
4.2.1. Visión.....	97
4.2.2. Misión.....	97
4.2.3 Valores Corporativos.....	98
4.2.4 Organigrama	98
4.3.1 Descripción y perfil de cargos	99
4.3.2. Perfil de cargos	103
4.3.3. Asignación salarial	108
4.4 CONCLUSION DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO	109
5. ESTUDIO FINANCIERO	111
5.1 INVERSIONES FIJA Y DIFERIDA	111
5.1.1 Inversión fija.....	111
5.1.2 Inversión Diferida.....	114
5.2 COSTOS Y GASTOS.....	115
5.2.1 Costos De Producción.....	115
5.2.1.1. Materias Primas.....	115
5.2.1.2. Mano de obra directa / indirecta.....	116
5.2.1.3 Costos Fijos.....	117
5.2.1.4 Costos variables de operación.....	117
5.2.1.5 Costos totales.....	118
5.2.2 Gastos de administración y ventas.....	118
5.2.2.1 Gastos Fijos de administración y ventas	119
5.2.2.2. Gastos Totales de administración y ventas	120
5.3 CAPITAL DE TRABAJO	120
5.3.1 Estructura del Crédito.....	121
5.3.1.1 Amortización del Crédito	121
5.4 INVERSION TOTAL	123
5.5 PRECIO DE VENTA.....	123
5.6 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	124

5.6.1. Proyección de ingresos.....	124
5.6.2 Proyección de egresos.....	125
5.7. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	126
5.7.1. Estado de Resultados proyectado.....	126
5.7.2. Flujo de Fondos proyectado	127
5.7.3 Estado de Situación Financiera Inicial Proyectado.....	128
5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA.....	130
5.8.1 Razones financieras.....	131
5.8.1.1 Razones de liquidez.....	131
5.8.1.2 Razones de operación.....	132
5.8.1.3 Razones de rentabilidad.....	132
5.8.1.4 Razones de endeudamiento.....	133
5.8.2 Indicadores de viabilidad.....	134
5.8.2.1 Tasa Interna Retorno (TIR).....	134
5.8.2.2 Valor Presente Neto (VPN).....	134
5.8.2.3 Período de recuperación.....	135
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	136
6.1 EVALUACION SOCIAL	136
6.2 EVALUACION FINANCIERA.....	137
6.2.1 Valor presente neto VPN.....	137
6.2.2 Tasa interna retorno TIR.....	139
6.2.3 Periodo de recuperación	139
6.2.4 Razones financieras.....	140
6.2.5 Punto de equilibrio.....	141
6.2.6 Evaluación ambiental.....	143
7. CONCLUSIONES.....	145
8. RECOMENDACIONES	147
BIBLIOGRAFIA	148

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Identificación de Oportunidades y Amenazas.....	21
Cuadro 2. Tipo de estudio	37
Cuadro 3. Rango de edad de los encuestados	39
Cuadro 4. Frecuencia de consumo de las personas encuestadas	40
Cuadro 5. Intenciones que motivan el consumo de menú saludable	41
Cuadro 6. Restaurantes que ofertan menús saludables	43
Cuadro 7. Frecuencia de consumo de menú saludable	44
Cuadro 8. Lugares donde posiblemente comprarán	45
Cuadro 9. Precio disponible por pagar por adquirir un menú	46
Cuadro 10. Medio de comunicación efectivo para el menú saludable.....	48
Cuadro 11. Tiempo máximo de espera en recibir el domicilio	49
Cuadro 12. Características a la hora de elegir restaurante	50
Cuadro 13. Proyección demanda actual a 5 años	52
Cuadro 14. Proyección demanda efectiva a 5 años	52
Cuadro 15. Información de la competencia.....	53
Cuadro 16. Comparativo de restaurantes competencia	55
Cuadro 17. Presupuesto de comunicación.....	64
Cuadro 18. Presupuesto De Lanzamiento	65
Cuadro 19. Presupuesto Publicidad De Operación	66
Cuadro 20. Ficha técnica del servicio de restaurante.....	72
Cuadro 21. Talento Humano.	78
Cuadro 22. Mano de obra directa.....	78
Cuadro 23. Mano de obra Indirecta.....	78
Cuadro 24. Mano de obra Nomina Administracion y ventas	79
Cuadro 25. Equipo de oficina	79
Cuadro 26. Equipo de Computacion y Comunicaciones	79
Cuadro 27. Maquinaria y Equipo.....	80

Cuadro 28. Muebles y enseres operativos o de producción.....	80
Cuadro 29. Herramientas, repuestos y accesorios.....	81
Cuadro 30. Materiales directos, insumos o mercancía para la venta	81
Cuadro 31. Materiales indirectos.....	81
Cuadro 32. Alternativas de ubicación Restaurante Buffet Natural Food	86
Cuadro 33. Factores de micro localización	87
Cuadro 34. Evaluación de factores micro localización	88
Cuadro 35. Ponderación de Factores para Microlocalizacion	89
Cuadro 36. Capacidad total diseñada	91
Cuadro 37. Capacidad Instalada.....	91
Cuadro 38. Capacidad utilizada y proyectada.....	92
Cuadro 39. Capacidad diseñada y instalada.....	93
Cuadro 40. Descripción del cargo Administrador	99
Cuadro 41. Descripción del cargo Contador Publico.....	99
Cuadro 42. Descripción del cargo Jefe De Cocina.....	101
Cuadro 43 Descripción del cargo Auxiliar De Cocina.....	101
Cuadro 44. Descripción del cargo Auxilir de Mesa y servicio	102
Cuadro 45. Descripción del cargo Servicios Varios.....	102
Cuadro 46. Perfil del cargo de Administrador.....	103
Cuadro 47. Perfil del cargo de Jefe De Cocina	104
Cuadro 48. Perfil del cargo de Auxiliar De Cocina	104
Cuadro 49. Perfil Auxiliar de Servicios Varios	105
Cuadro 50. Perfil del cargo de Contador Publico	106
Cuadro 51. Perfil del cargo de Auxiliar de Mesas y Servicio	107
Cuadro 52. Asignación salarial mano de obra (MOD)	108
Cuadro 53. Prestaciones sociales y aportes parafiscales	108
Cuadro 54. Equipo de Oficina	111
Cuadro 55. Equipo de Computacion y comunicación.....	112
Cuadro 56. Maquinaria y Equipo.....	112
Cuadro 57. Muebles y enseres operativos o de producción.....	113

Cuadro 58. Herramientas	113
Cuadro 59. Inversion Fija	114
Cuadro 60. Inversion Diferida.....	114
Cuadro 61. Materias primas	116
Cuadro 62. Mano de obra directa (MOD) e indirecta.....	116
Cuadro 63. Costos fijos	117
Cuadro 64. Costos variables de Operación.....	118
Cuadro 65. Costos Totales.....	118
Cuadro 66. Nomina administrativa	119
Cuadro 67. Gastos fijos de administración de ventas	119
Cuadro 68. Total, gastos de administración y ventas.....	120
Cuadro 69. Capital de trabajo primer mes.....	121
Cuadro 70. Fuentes de financiación	121
Cuadro 71. Amortización del Crédito.....	121
Cuadro 72. Inversión Total	123
Cuadro 73. Precio de Venta	124
Cuadro 74. Egresos proyectados	125
Cuadro 75. Estado De Resultados	126
Cuadro 76. Flujo De Caja.....	127
Cuadro 77. Balance General	129
Cuadro 78. Razones de liquidez	131
Cuadro 79. Razones de operación.....	132
Cuadro 80. Razones de rentabilidad	133
Cuadro 81. Razones de endeudamiento	133
Cuadro 82. Indicadores de viabilidad	134
Cuadro 83. Período de recuperación	135
Cuadro 84. Valor presente neto	138
Cuadro 85. Periodo de recuperación.....	139
Cuadro 86. Punto de equilibrio	141

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Mapa del Área Metropolitana de Bucaramanga	30
Figura 2. Rango de edad de los encuestados	39
Figura 3. Frecuencia de consumo de las personas encuestadas.....	40
Figura 4. Intenciones que motivan el consumo de menú saludable	41
Figura 5. Restaurantes que ofertan menús saludables	42
Figura 6. Frecuencia de consumo de menú saludable	44
Figura 7. Lugares donde posiblemente comprarán	45
Figura 8. Precio disponible por pagar por un menú.....	46
Figura 9. Medio de comunicación efectivo para el menú saludable	47
Figura 10. Tiempo máximo de espera en recibir el domicilio	49
Figura 11. Características a la hora de elegir restaurante.....	50
Figura 12. Canales de distribución para restaurante	60
Figura 13. Emblema	63
Figura 14. Diagrama de actividades	75
Figura 15. Plano distribución planta piso 1°	82
Figura 16. Plano distribución planta piso 2°	82
Figura 17. Macro localización Restaurante Natural Food.....	83
Figura 18. Estructura Organizacional Del Restaurante Buffet Natural Food	98
Figura 19. Punto de equilibrio.....	142

RESUMEN

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE TIPO BUFETT DE COMIDA SALUDABLE EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA*.

AUTOR(ES): NELLY PARRA PARRA

EDINSON MAURICIO ZABALA RIOS**

PALABRAS CLAVES: Restaurante, Nutrición, comida saludable, nutritivo, buffet, natural.

DESCRIPCIÓN

En el sector de Cabecera del Llano, de la ciudad de Bucaramanga se encuentran localizadas empresas de todos los sectores, la mayoría de ellas en jornadas laborales completas, y sus trabajadores sienten la necesidad de que exista un lugar donde puedan conseguir alimentos saludables, balanceados. De ahí la importancia de realizar un estudio que determine la viabilidad de montar un restaurante de comida saludable tipo buffet, que cumpla con todas las normas de calidad y nutrición en un sitio adecuado brindando bienestar y comodidad a todos los usuarios.

Para la puesta en marcha del restaurante saludable tipo buffet, se realizó una encuesta a 385 habitantes del sector encontró una demanda satisfactoria. En el aspecto financiero la inversión requerida para el montaje y puesta en marcha del restaurante es de \$ **154.730.501** y los indicadores financieros VPN de \$ **21.483.847** y la TIR del proyecto es **43.05%**.

Lo anterior muestra que el proyecto es viable debido a que la recuperación de la inversión se hace efectiva en el cuarto año con una ganancia bruta de 0.38%, se reafirma la viabilidad del restaurante ya que además contribuye a la generación de empleo, el desarrollo sostenible de la calidad de vida de los habitantes, los trabajadores del sector evidenciando claramente la oportunidad negocio.

* Trabajo de grado

** instituto de Proyeccion Regional y Educación a Distancia Gestion Empresarial Director: Maria Eugenia Marin Angulo Especialista en Docencia Universitaria Especialista en Evaluación y Gerencia de Proyectos

SUMMARY

TITLE: FEASIBILITY OF THE CREATION OF A HEALTHY FOOD BUFFET RESTAURANT IN THE CITY OF BUCARAMANGA*.

AUTHOR(S): NELLY PARRA PARRA
EDINSON MAURICIO ZABALA RIOS**

KEY WORDS: Restaurant, Nutrition, healthy food, nutritious, buffet, natural.

DESCRIPTION

In the Cabecera del Llano sector of the city of Bucaramanga, companies from all sectors are located, most of them working full days, and their workers feel the need for there to be a place where they can get healthy, balanced food. Hence the importance of carrying out a study to determine the viability of setting up a buffet-style healthy food restaurant, which meets all quality and nutrition standards in a suitable location, providing well-being and comfort to all users.

To launch the healthy buffet restaurant, a survey of 385 inhabitants of the sector was carried out and found a satisfactory demand. On the financial side, the investment required for the assembly and start-up of the restaurant is **\$ 154.730.501**. and the financial indicators NPV of **\$ 21.483.847** and the IRR of the project is **43.05%**.

The above shows that the project is viable because the recovery of the investment becomes effective in the fourth year with a gross profit of 0.38%, the viability of the restaurant is reaffirmed since it also contributes to job creation, sustainable development of the quality of life of the inhabitants and workers in the sector and is a business opportunity

* Trabajo de grado

** instituto de Proyeccion Regional y Educación a Distancia Gestion Empresarial Director: Maria Eugenia Marin Angulo Especialista en Docencia Universitaria Especialista en Evaluación y Gerencia de Proyectos

INTRODUCCIÓN

A continuación, se presenta el estudio para la puesta en marcha de un restaurante de comida saludable, el cual se ubicará en el sector de Cabecera del Llano de la ciudad de Bucaramanga. En la actualidad la ciudad tiene poca oferta de estos establecimientos; por lo tanto, teniendo en cuenta la escasez de esta línea de restaurantes saludables se hace la propuesta para que los ciudadanos del sector tengan alternativas de comida saludable que beneficie su salud y nutrición.

En la ciudad de Bucaramanga, un centro urbano en constante crecimiento y desarrollo, la búsqueda de opciones alimenticias más saludables y balanceadas ha cobrado una importancia significativa en la vida cotidiana de sus habitantes. En este contexto, la posibilidad de establecer un restaurante de comida saludable tipo buffet: **Restaurante Buffet Natural Food** adquiere un valor excepcional al atender a las demandas actuales de una población cada vez más consciente de los beneficios de una alimentación balanceada.

Este estudio de factibilidad tiene como objetivo explorar la viabilidad y el potencial de introducir un restaurante de comida saludable tipo buffet en Bucaramanga. Por otra parte, la ciudad es reconocida por su vitalidad económica y cultural, brinda un escenario propicio para la innovación gastronómica y el enfoque en la salud y el bienestar. A medida que la preocupación por adoptar hábitos alimenticios más saludables se expande, la apertura de un buffet saludable podría llenar un vacío en el mercado local y ofrecer una alternativa apetitosa para aquellos que desean cuidar su salud sin renunciar al placer de la comida.

En los siguientes apartados, se analizarán diversos aspectos cruciales que influyen en la viabilidad de este proyecto en Bucaramanga. Se exploró la dinámica del mercado local y la demanda por opciones de comida saludable, se presentó la propuesta de valor

única del restaurante, se evaluaron las posibles ubicaciones estratégicas dentro de la ciudad, se esbozó el plan de operaciones y se considerarán los desafíos anticipados y las soluciones potenciales.

Con el propósito de explorar cómo un restaurante de comida saludable tipo buffet puede satisfacer las necesidades y deseos de la comunidad bumanguesa, este estudio se convierte en un punto de partida fundamental para evaluar la factibilidad de esta emocionante iniciativa. En un momento en el que la salud y el sabor convergen como prioridades, este proyecto podría convertirse en un elemento esencial del panorama gastronómico local y en una respuesta directa a la demanda creciente de opciones alimenticias conscientes y deliciosas.

Este estudio determino además dónde se encuentra actualmente la competencia, si el sector de la alimentación saludable es una actividad explotada en la ciudad y qué oportunidades y fuerzas se deben desarrollar en torno al proyecto. Lo anterior está basado en una encuesta realizada a 385 participantes

El presente documento se divide en 6 capítulos abordándolos con los siguientes contenidos: en el Capítulo 1 se contempla las generalidades; en el Capítulo 2 se detallan los objetivos, se describe el producto, el mercado potencial y objetivo, la investigación de mercados, el estudio de la oferta y la demanda, los canales de comercialización y la estrategia publicitaria; en el Capítulo 3 se hace el estudio técnico y la ingeniería del proyecto que describe los aspectos más importantes a tener en cuenta para optimizar la producción y llevarla a los niveles máximos de calidad de producto; en el Capítulo 4 se elaboró el estudio administrativo que presenta la estructura organizacional del proyecto, definiendo las funciones y responsabilidades de cada elemento que integra el staff de personal del proyecto, además de la cultura empresarial; en el Capítulo 5 se realizó el estudio financiero donde se analizaron los costos y los ingresos del proyecto, y se efectuaron los análisis respectivos para determinar la factibilidad financiera de la inversión.

1. ANÁLISIS GENERAL DE SECTOR

1.1 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR

Historia de los restaurantes en el mundo

La evolución seguida en las últimas décadas por las economías y sociedades más desarrolladas ha puesto de manifiesto que los servicios se han convertido en la forma dominante de actividad económica. Un agregado de actividades, que responde genéricamente al nombre de servicios, tiende a concentrar la mayor parte de la ocupación y el valor de la producción en las sociedades más avanzadas. El sector servicios históricamente, como se ha señalado, ha estado transicionalmente marginado en el estudio de la economía. Pero, sin duda, la expansión de la Economía de Servicios constituye uno de los cambios más importantes registrados en las economías mundiales a partir de la segunda mitad del siglo XX. Anteriormente, sus actividades eran consideradas como "no productivas" y definidas como residuales, es decir, las referentes a lo que no pertenece a la industria o a las actividades agrícolas.¹

Sin embargo, el crecimiento de la participación de sector servicios en las cifras de empleo de las economías nacionales y el valor añadido por el mismo, junto con la aparición y desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación como un vector para la innovación en otros sectores de la economía, han llevado a una mejor comprensión de las especificidades de las actividades de servicios y a que estos ganaran más prestigio en el orden académico de la economía.

¹ CEPAL/GTZ Desarrollo Económico Local y Descentralización en América Latina, Análisis comparativo. Santiago de Chile, 2001 [en línea] disponible en: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2696/S2001704_es.pdf

Los Restaurantes en Colombia hacen Referencia al Sector Terciario o de Servicios, el cual incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía. Como ejemplos de ello tenemos el comercio, los restaurantes, los hoteles, el transporte, los servicios financieros, las comunicaciones, los servicios de educación, los servicios profesionales, el Gobierno, etc.

En el departamento de Santander, a pesar de que la secretaria de salud y del ambiente, ha desarrollado programas de restaurantes saludables, capacitando a un buen número de establecimientos en la ciudad de Bucaramanga, para ofrecer este servicio, pero se observa que dentro de este marco, no existe una oferta considerable de una alimentación sana, los establecimientos prestan servicios a la comunidad de manera general sin ningún tipo de especialización de las enfermedades causadas por una mala alimentación.

En el caso de los restaurantes se puede decir que es un sector muy competitivo, pero gracias el estilo de vida cambiante y al modo de vivir moderno, que permite innovar y crear nuevas tendencias. Lo cual se ha convertido en el plus de la mayoría de los restaurantes, por ello en **Bucaramanga** surgen cada día más restaurantes con innovadoras propuestas en estilos y sabores. En Colombia las leyes y decretos que rigen la industria gastronómica están dadas por el ministerio de comercio, industria y turismo, quien apoya la actividad empresarial, productora de bienes servicios y tecnología, el sector gastronómico este agremiado por ACODRES, Asociación colombiana de la industria gastronómica, entidad sin ánimo de lucro, que se encarga de expedir normas técnicas de calidad del sector, bajo principios de ética empresarial y solidaridad con el desarrollo del país.

El sector ha experimentado un destacado crecimiento gracias a la rápida expansión de los servicios basados en el conocimiento y al crecimiento de la comerciabilidad de los servicios en general, en la actualidad los servicios representan más del 60% de la

producción y del empleo mundial. En términos comerciales suponen más del 20% del comercio total. En la economía colombiana ha venido adquiriendo una importancia significativa en los últimos años.²

Para el análisis del sector se definió al restaurante en estudio como un establecimiento dedicado a prestar los servicios de preparación (área de cocina) y venta de alimentos saludables, elaborados en su mayoría con productos orgánicos; dentro de un lugar donde primará la calidad y el buen servicio en medio de un ambiente innovador, moderno, cosmopolita y confortable. De esta forma, los consumidores no solo podrán disfrutar de una excelente comida, sino de varios espacios pensados en cada uno de ellos para atender las diferentes necesidades de los clientes. La idea es que el restaurante logre satisfacer distintas necesidades en un mismo lugar.

1.2 EVOLUCIÓN DEL SECTOR

El sector de la gastronomía crece cada día más, tanto en el país como en Bucaramanga y su área metropolitana. Según datos del Observatorio de Competitividad de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, en la región hay 4.811 empresas dedicadas a la actividad de restaurantes.³ Según la organización, este aumento del sector está acompañado por la llegada de compañías internacionales con nuevos formatos que han presionado el mejoramiento de la oferta local, generando un mayor grado de sofisticación del consumidor.

Se calcula que, en el país, la actividad de los restaurantes, que está unida a la de los hoteles, aporta alrededor del 3,6% del PIB, porcentaje que para el caso de Santander

² MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO /MINCIT Inserción en la economía global

³ DANE Sector Restaurante- Cámara de Comercio de Bucaramanga, Medición efectuada en el 2014.

alcanzó el 1,7%, de acuerdo con la medición hecha por el DANE en el 2018.⁴ El informe del Observatorio de Competitividad revela que el 98,8% de los restaurantes del área metropolitana son de tipo micro; el 1,1%, pequeños, y el 0,1%, medianos.

“En cuanto a emprendimiento, este ha sido muy activo, con más de 11 mil nuevos negocios en los últimos 10 años, que aportaron alrededor de \$51.000 millones en activos a la economía local. Adicionalmente, 150 se clasificaron en el rango de pequeñas y medianas empresas. Las cifras demuestran también que es una actividad en donde la entrada y salida de negocios registra una alta tasa de renovación”, agrega la CCB⁵.

Para finalizar, el estudio evidencia que el consumo total en comidas fuera del hogar ha crecido 10,6%, especialmente desde el 2021. Estos resultados se deben a un consumidor con mayores niveles de bancarización y a una oferta cada vez más especializada.

1.3 TENDENCIAS DEL SECTOR

La Cámara de Comercio de Bucaramanga reporta 4.811 empresas dedicadas a la actividad de restaurantes en el área metropolitana con un impacto muy alto en las empresas tipo microempresas.

En cuanto a emprendimiento, este ha mantenido activo con más de once mil nuevos negocios en los últimos diez años, que aportaron alrededor de cincuenta y un mil millones de pesos en activos a la economía local. Adicionalmente, 150 se clasificaron en el rango de pequeñas y medianas empresas. Las cifras demuestran también que es

⁴ VANGUADIA LIBERAL El sector de restaurantes sigue creciendo en Bucaramanga [en línea] disponible en: <https://www.vanguardia.com/economia/local/el-sector-de-restaurantes-sigue-creciendo-en-bucaramanga>

⁵ Cámara De Comercio de Bucaramanga – Registro Mercantil CCB - RADDAR

una actividad en donde la entrada y salida de negocios registra una alta tasa de renovación.

Para finalizar, es evidente que el consumo total en comidas fuera del hogar ha crecido especialmente desde el 2020, a raíz de un consumidor con mayores niveles de bancarización y una oferta cada vez más especializada en el servicio⁶

Food Design, impresión 3D y otras innovaciones

El Food Design, “*diseño de alimentos*”, al igual que la Biofílica (concepto que explica la necesaria unión del ser humano con la naturaleza, de una forma ancestral y evolutiva) o el **Lighting Design**, se han convertido en los últimos tiempos en nuevas disciplinas que repercuten en el diseño interior de los futuros restaurantes.

De modo simple, podemos decir que el que no solo abarca la creación de nuevos alimentos, sino también packaging, utensilios, espacios, y formas de presentación y conservación.

El término se originó alrededor de 1997 en Europa está organizado y apoyado por la Sociedad Internacional de Diseño de Alimentos (IFDS). Además, abarca conocimientos de otras disciplinas como la biología, la genética, la antropología, la sociología la psicología o la nutrición. ⁷

Todo empezó como una tendencia emergente, pero que se ha consolidado claramente como una disciplina más del diseño.

⁶ CAMARA DE COMERCIO DE Bucaramanga Sector Restaurantes Área Metropolitana de Bucaramanga Septiembre de 2016 [en línea] disponible en: <https://www.camaradirecta.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad/2016/restaurantes.pdf>

⁷ CRISCUOLO Isaque ¿Qué es el food design? Todo lo que necesitas saber [en línea] Domestika Disponible en: <https://www.domestika.org/es/blog/9319-que-es-el-food-design-todo-lo-que-necesitas-saber>

- **Food Design:** desde la creación de nuevos alimentos, al packaging, utensilios, espacios, y formas de presentación y conservación.
- **Gastronomía inmersiva:** el diseño es una de las mejores herramientas de comunicación, pues jugando con todas las escalas, permite conectar y explicar culturas.
- **Food trucks:** los que trabajan desde cualquier lugar los denominamos o nómadas del conocimiento, pueden hablar de restaurantes nómadas.
- **Combinar espacios:** una de las herramientas creativas más potentes y otra de las tendencias a tener en cuenta es la de la hibridación de espacios y sectores.
- **Digitalización de restaurantes:** incrementan las reservas online y a su vez el auge del pago digital. Eso deriva a la necesidad de diseñar plataformas virtuales de restaurantes diferentes a los que estamos acostumbrados.⁸

Los gastrónomos pueden experimentar la comida en una dimensión completamente nueva. Aparecen realidades superpuestas a lo tangible que complementan la experiencia gastronómica.

El concepto del proyecto es hacer, que el comensal **se centre en vivir la experiencia**, por eso, apostar a hacer un recorrido dentro del pequeño local que permite zonificar el espacio creando una zona de experimentación; una zona de degustación; un rincón más reservado para reuniones y una estantería que crea el flujo de circulación y es el espacio expositivo de los productos.⁹

⁸ GARZÓN ORTEGÓN Daliana. El sector gastronómico creció 22% en el último año con 90.000 restaurantes [en línea] DIARIO LA REPUBLICA. Disponible en: <https://www.larepublica.co/ocio/el-sector-gastronomico-crecio-22-en-el-ultimo-ano-con-90-000-restaurantes-2266206>

⁹ VANGUARDIA LIBERAL Estas son las últimas tendencias para restaurantes [en línea] disponible en: <https://www.vanguardia.com/entretenimiento/tendencias/estas-son-las-ultimas-tendencias-para-restaurantes-LF5205904>

1.4 IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

Cuadro 1. Identificación de Oportunidades y Amenazas

OPORTUNIDADES:	FO: (Maxi-Maxi)	DO: (Mini – Maxi)
O1 crecimiento de las ventas del sector gastronómico.	1. Capacitar al personal de cocina para que sean expertos en preparaciones de comida saludable y que su objetivo sea crear platos saludables sin perder el sabor tradicional.	1. Implementar una estrategia de eficiencia en costos, a través de la optimización de recursos.
O2 La costumbre de salir a comer fuera de la casa de los hogares de la ciudad Bucaramanga.	2. Personal de cocina con conocimientos en nutrición y comida saludable.	2. Utilización de ingredientes locales / nacionales con alto contenido nutricional que permitan tener menús saludables a un menor costo.
O3 innovar en el sector un restaurante de comida tipo buffet y saludable	3. Utilización de productos alimenticios que estén en cosecha para diversificar los menús, presentando a través de la recomendación del día platos innovadores.	3. Entablar alianzas con proveedores locales de cultivos orgánicos
O4 Diversificación de productos, sin perder el sabor original.	4. Elaborar un plan publicitario que nos permita obtener reconocimiento y ser un referente en temas de cuidado de la salud y estar en tendencia en los principales medios digitales	
O5 Crecimiento del número de personas que están interesadas en mejorar su estilo de alimentación está en crecimiento		

AMENAZAS:	FA (Maxi-Mini)	DA (Mini-Mini)
A1 Apertura de un gran número de restaurantes.	1. Diseñar y ejecutar estrategias de marketing, con el fin de contrarrestar la competencia y así mejorar la posición del restaurante buffet en el mercado gastronómico.	1. Establecer un programa de investigación y desarrollo básico para facilitar el conocimiento del mercado, necesidades a satisfacer, identificación de ventaja competitiva y los competidores, así como de nuevas tendencias y gustos de los clientes.
A2 Debilidad ante grandes competidores.	2. Reinventar e innovación las preparaciones, para variar el menú y brindar una experiencia diferencial a los clientes.	2. Ofrecer los productos alimenticios con la mejor calidad, de forma que los clientes confíen plenamente en el restaurante y disfruten su experiencia.
A3 Personas que prefieren otro tipo de comida	3. Difundir los beneficios asociados a los ingredientes utilizados en los menús a través de medios audiovisuales en el local y las redes sociales	3. Fortalecimiento de identidad mediante posicionamiento de marca, haciendo presencia en eventos, ferias gastronómicas y espacios que promuevan la vida saludable

1.5 MARCO LEGAL

Teniendo en cuenta la actividad comercial del restaurante a constituir se menciona los siguientes aspectos legales generales. Para el desarrollo de la presente investigación en el servicio de los buenos hábitos de alimentación orgánica se contempla los siguientes aspectos legales del código de comercio.

Ley 9 de 1979 de acuerdo con el objetivo social de la presente propuesta, las normas que regulan a nivel nacional el manejo de alimentos en la cual se establece medidas sanitarias para la conservación de alimentos y bebidas y algunas disposiciones sobre los derechos y deberes relativos a la salud.

LEGISLACIÓN SANITARIA

Decreto 3075 de 1997 expedido por el Ministerio de Salud, que regula las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte y expendio de alimentos en el territorio nacional.

CAPITULO VIII: Restaurantes y establecimientos de consumo de alimentos.

- **Artículo 36:** Condiciones generales que deben cumplir los restaurantes y establecimientos destinados a la preparación consumo de alimentos, cumplirán las respectivas condiciones sanitarias generales.
 - **Artículo 37:** Condiciones específicas del área de preparación de alimentos.
 - **Artículo 39:** operaciones de preparación y servido de los alimentos.
 - **Artículo 40:** responsabilidad del propietario, la administración del establecimiento y el personal que labore como manipulador de alimentos serán responsables de la higiene y la protección de los alimentos preparados y expendidos al consumidor.
- a) a todas las fábricas y establecimientos donde se procesan los alimentos; los equipos y utensilios y el personal manipulador de alimentos.
- b) A todas las actividades de fabricación, procesamiento, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.
- c) A los alimentos y materias primas para alimentos que se fabriquen, envasen, expandan, exporten o importen, para el consumo humano.
- d) A las actividades de vigilancia y control que ejerzan las autoridades sanitarias sobre la fabricación, procesamiento, envase, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación y comercialización de alimentos, sobre los alimentos y

materias primas para alimentos. *Ministerio de Salud, Normatividad, Decreto 203 (2019)*

CAPITULO III. PERSONAL MANIPULADOR DE ALIMENTOS

Artículo 2. Requisitos para ser manipulador de alimentos.

Para ser manipulador de alimentos se requiere:

Certificado de capacitación en educación sanitaria para el manejo adecuado de alimentos expedido por las Empresas Sociales del Estado o capacitador particular autorizado por el ente rector de salud o quién haga sus veces en el Distrito Capital.

Reconocimiento médico con certificado sobre las condiciones del estado de salud del manipulador de alimentos. Algunos de estos decretos afectan de manera positiva como el decreto:

Artículo 13. Estado de Salud.

- a. El personal manipulador de alimentos debe haber pasado por un reconocimiento médico antes de desempeñar esta función. Así mismo, deber efectuarse un reconocimiento médico cada vez que se considere necesario por razones clínicas y epidemiológicas, especialmente después de una ausencia del trabajo motivada por una infección que pudiera dejar secuelas capaces de provocar contaminación de los alimentos que se manipulen. La dirección de la empresa tomar las medidas correspondientes para que al personal manipulador de alimentos se le practique un reconocimiento médico, por lo menos una vez al año.
- b. La dirección de la empresa tomara las medidas necesarias para que no se permita contaminar los alimentos directa o indirectamente a ninguna persona que se sepa o

sospeche que padezca de una enfermedad susceptible de transmitirse por los alimentos, o que sea portadora de una enfermedad semejante, o que presente heridas infectadas, irritaciones cutáneas infectadas o diarrea. Todo manipulador de alimentos que represente un riesgo de este tipo deberá comunicarlo a la dirección de la empresa.

RESOLUCION 765 DE 2010: Deroga A RES.1090 DE 1998 Y 127 DEL 2001

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

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

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

Las personas Naturales y Jurídicas – establecimientos donde se, almacenen, distribuyen, transporten, expendan y manipulen alimentos que no estén considerados en el numeral anterior y que deberán obtener constancia de asistencia al curso de educación sanitaria en manejo adecuado de alimentos, mínimo una vez al año, el cual no podrá ser inferior a seis (6) horas.

Parágrafo: En los establecimientos antes señalados, donde la capacitación se ofrezca por capacitador particular, deberá reposar como soporte junto a la certificación en manejo higiénico de alimentos, copia de la autorización vigente de los capacitadores particulares, solicitud de la supervisión la cual debe tener evidencia de radicación ante la autoridad competente y la lista de personas capacitadas.

LEY 99 DE 1993 diciembre 22

Parágrafo 1º.- En cuanto las actividades reguladas por el Ministerio del Medio Ambiente puedan afectar la salud humana, esta función será ejercida en consulta con el Ministerio de Salud; y con el Ministerio de Agricultura, cuando puedan afectarse la sanidad animal o vegetal

LEY 100 DE 1993

La Seguridad Social Integral es el conjunto de instituciones, normas y procedimientos, de que disponen la persona y la comunidad para gozar de una calidad de vida, mediante el cumplimiento progresivo de los planes y programas que el Estado y la sociedad desarrollen para proporcionar la cobertura integral de las contingencias, especialmente las que menoscaban la salud y la capacidad económica, de los habitantes del territorio nacional, con el fin de lograr el bienestar individual y la integración de la comunidad.

Ley 1429 de 29-12-2010

Artículo 1º. Objeto. La presente ley tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse.

Artículo 2º. Definiciones.

1. Pequeñas empresas: Para los efectos de esta ley, se entiende por pequeñas empresas aquellas cuyo personal no sea superior a 50 trabajadores y cuyos activos totales no superen los 5.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

2. Inicio de la actividad económica principal: Para los efectos de esta ley, se entiende por inicio de la actividad económica principal la fecha de inscripción en el registro mercantil de la correspondiente Cámara de Comercio, con independencia de que la correspondiente empresa previamente haya operado como empresa informal.

3. Tipos de informalidad de empleo: para los efectos de esta ley, existirán 2 tipos de informalidad de empleo:

a) Informalidad por subsistencia: Es aquella que se caracteriza por el ejercicio de una actividad por fuera de los parámetros legalmente constituidos, por un individuo, familia o núcleo social para poder garantizar su mínimo vital.

b) Informalidad con capacidad de acumulación: Es una manifestación de trabajo informal que no necesariamente representa baja productividad.

DECRETO 422 DE 1991.

Por el cual se reglamenta parcialmente el estatuto tributario.

Artículo 11. Impuestos descontables en el servicio de restaurante. Los impuestos descontables en el servicio de restaurantes se encuentran limitados a la tarifa del 4% y el exceso se llevará como mayor valor del costo o gasto respectivo.

Otros que nos señalan con que debemos cumplir como restaurante.

Artículo 9. Definición de restaurantes. Para los efectos del numeral 14 del artículo 476 del Estatuto Tributario, se entiende por restaurantes, aquellos establecimientos cuyo objeto es el suministro de comidas destinadas al consumo como desayuno, almuerzo o cena, y el de platos fríos y calientes para refrigerio rápido, sin tener en cuenta la hora en que se preste el servicio, bien sea para ser consumidas dentro de los mismos, para ser llevadas por el comprador o entregadas a domicilio, independientemente de la denominación que se le dé al establecimiento.

No se considera que presta el servicio de restaurante el establecimiento que en forma exclusiva se dedica al expendio de aquellas comidas propias de cafeterías, heladerías, fruterías, pastelerías y panaderías. Cuando dentro de un establecimiento, adicionalmente a otras actividades comerciales se preste el servicio de restaurante, se generará el impuesto por el mismo.

Artículo 10. Base gravable y tarifa en el servicio de restaurantes.

La base gravable en el servicio prestado por los restaurantes está conformada por el precio total de consumo, incluidas las bebidas acompañantes de todo tipo y demás valores adicionales.

- La industria alimentaria está sometida a evolución y mejora constante gracias a la aplicación de tecnología que busca hacerla más eficiente y adecuada a las necesidades del consumidor.
- A lo largo de los últimos años, se ha observado una mayor preocupación y sensibilización por parte de las empresas del sector agroalimentario por aspectos relativos a la seguridad e inocuidad de los alimentos, poniendo especial interés en aquellos sistemas que, con carácter preventivo, permiten mantener controlados posibles riesgos e impulsan una correcta gestión en caso de alerta alimentaria.
- Por ello, la elaboración de productos alimentarios debe llevarse a cabo bajo Sistemas de Gestión de la Seguridad Alimentaria eficientes y reconocidos para

garantizar su calidad e inocuidad, ya sea por requisitos normativos o por exigencia de clientes y consumidores.

- Las principales empresas del sector agroalimentario tienen implantado Sistemas de Gestión de Seguridad Alimentaria como consecuencia de las exportaciones y de las exigencias que las grandes cadenas de distribución han impuesto a sus proveedores. Por lo que tener un sistema de calidad y seguridad alimentaria en su empresa, implica estar a la altura del nivel de exigencia del mercado actual.
- La certificación de un Sistema de Gestión de la Seguridad Alimentaria es un punto de partida fundamental para el reconocimiento de los productos de una empresa en el mercado, ya que garantiza a los clientes la inocuidad y salubridad de los alimentos y demuestra el compromiso asumido por la empresa de suministrar alimentos seguros¹⁰

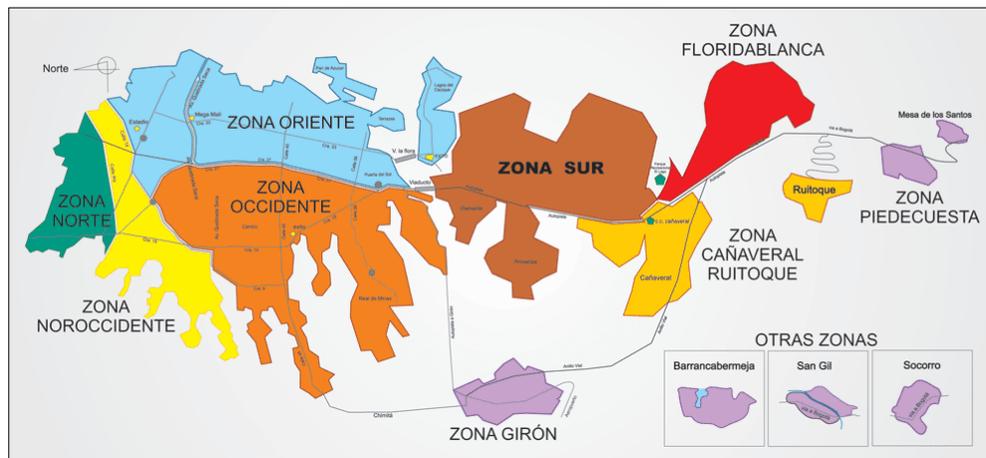
Ventajas de la adopción de estos estándares:

- Facilitan el cumplimiento de la legislación aplicable.
- Proporcionan una comunicación organizada y eficaz con todas las partes interesadas.
- Incorporan los Programas Prerrequisitos al sistema de gestión de la organización.
- Demuestran a la sociedad el compromiso de la organización con la calidad y seguridad alimentaria
- Aumentan la confianza en sus sistemas y procedimientos de inocuidad alimentaria.

¹⁰ EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA Decreto 422 de 1991 (Febrero 13) Por el cual se Reglamenta Parcialmente el Estatuto Tributario. [en línea] [citado el 22 de marzo de 2021] disponible en: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=7306#:~:text=DECRETA%3A,de%20cada%20establecimiento%20de%20comercio>.

1.6 CONTEXTO GEOGRÁFICO

Figura 1. Mapa del Área Metropolitana de Bucaramanga



Fuente: CONCEJO DE BUCARAMANGA Plan de Ordenamiento Territorial [en línea] disponible en: [concejodebucaramanga.gov.co-plan ordenamiento territorial](http://concejodebucaramanga.gov.co-plan-ordenamiento-territorial)

zona sur, en las cuales encontramos barrios Cerca de Centros Comerciales como Megamall, Cabecera del llano, San Alonso, San francisco, Real de minas, centro, Pta. Del sol, Provenza, Lagos del cacique, Cañaverál, y con proyecciones futuras a la zona cañaverál, Ruitoque y zona Piedecuesta mesa de los santos. Se realiza el contexto geográfico de estas dos zonas la cual es la que va dirigido el producto servicio.

Su distribución se presenta de la siguiente manera:

- **Bucaramanga:** 625,114 habitantes representan el 26.1% de la población total de la región.
- **Floridablanca:** 336.155 habitantes representan el 14.3% de la población total de la región.
- **Piedecuesta:** 190.712 habitantes representan el 8.1% de la población total de la región.

- **San Juan de Girón:** 174.465 habitantes representan el 7.4% de la población total de la región.¹¹

Este proyecto se dirige a los habitantes de las 17 comunas que componen la ciudad de Bucaramanga, capital del departamento de Santander. Según el plan de ordenamiento territorial de Bucaramanga de segunda generación, La población del Área Metropolitana es de 1.304.288 habitantes, y cuenta con una densidad poblacional de 1041,3 habitantes por kilómetro cuadrado que representan el 59,9% del total de la región, cuenta con 2.689 hectáreas urbanizables.¹²

¹¹ CONCEJO DE BUCARAMANGA Plan de Ordenamiento Territorial Tomo 2 [en línea] disponible en: <https://www.concejodebucaramanga.gov.co/planordenamientoterritorial/tomo2.pdf>

¹² TELEENCUESTAS Cuántos habitantes tiene Bucaramanga, Santander en 2023 [en línea] disponible en: <https://telencuestas.com/censos-de-poblacion/colombia/2023/santander/bucaramanga>

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

El servicio es restaurante buffet, la idea inicial es inducir a los clientes a una tendencia de comida saludable y creada desde la asesoría nutricional, **Restaurante Buffet Natural Food**, quiere marcar la iniciativa en la preparación de su comida, el recetario diario, la forma de ordenar su pedido y hacer reserva al lugar, innovando en el servicio al querer ser el primer restaurante donde se eliminarán las filas de ingreso y el tiempo de espera en que le preparen y sirvan el plato buscando la posibilidad de que nuestros productos se acomoden no solo al bolsillo de los clientes, si no a sus gustos y necesidades nutricionales;

todo ello con la ayuda de la tecnología y el software ERP que gestione desde la automatización de cada uno de los procesos: administrativos, contables, operativos como la producción de los alimentos, el servicio de facturación electrónica, las reservas de los eventos, la logística en las entregas a domicilio etc., la administración de los inventarios y el recurso humano – con la transmisión de nomina electrónica.

2.1.1 Descripción, Usos y especificaciones del producto/servicio. El servicio que se brindará **Restaurante Buffet Natural Food** será irremplazable debido a la rapidez y eficacia con la que se pretende atender a los clientes, se plantea recibir los pedidos por medio de las redes sociales o apps desarrolladas para realizarlos y reservar su visita al restaurante, algunas de las más importantes aplicaciones son: Rappi, Ifood, Uber eats, Domicilios, WhatsApp, Instagram o llamadas directamente al número de contacto que se dará a conocer por los medios publicitarios.

El concepto de servicio ha venido variando durante las últimas décadas en el mundo, nuevas tendencias han nacido incluso ahora muchas personas suelen pedir su comida

desde la comodidad de su hogar y en cuestión de minutos llegan a su casa. Con el tiempo una nueva filosofía ha nacido conocida como “Dark kitchen”¹³ que traduce El futuro (a corto plazo) de la comida tiene un nuevo desarrollo en el que no incluye sillas, ni meseros ni grandes inversiones en infraestructura. Se trata del concepto de las Dark Kitchen fuente, ‘cocinas escondidas’ o ‘cocinas a puerta cerrada’, en las que se preparan las comidas tradicionales que cualquier restaurante puede tener, pero no se sirven en una mesa, sino que se entregan a domicilio.

También se introduce una nueva forma de empacar los productos que va de la mano con el medio ambiente y con la comodidad del cliente, se tendrán en cuenta en este restaurante empaques en cartón con diseños llamativos y únicos en el mercado, en donde los productos darán una buena impresión al momento de llegar a la casa o lugar destino de cada cliente, el domicilio ira envuelto en un papel manteca para así evitar que esta pierda la forma y el sabor principal que dejo el chef en ella. de tal forma que el cliente perciba el producto, como recién salido de la cocina.

2.1.2 Atributos diferenciadores

- Un menú con alternativas como: cereales, tubérculos, hortalizas, verduras, leguminosas verdes y huevos.
- Platos y postres con reducción de azúcar refinada.
- Productos naturales - frescos, sin aditivos y poco procesados.
- Cartas con platos muy bien elaborados, pero con poca cantidad de calorías y alimentos que no sean fritos.
- El cliente podrá elegir desde la plataforma en la nube el menú que desee consumir que podrá ser: el del día, menú saludable, menú especial o menú dietario.
- Uso de un aplicativo para que los clientes diseñen el plato a la carta y elijan las porciones de los alimentos a consumir.

¹³ BEETRACK Un restaurante virtual. [en línea] disponible en: <https://www.beetrack.com/es/blog/dark-kitchen->

- Interacción del cliente desde antes de llegar al establecimiento, haciendo la reserva de la mesa con el plato listo para servir.
- El cliente conocerá el precio desde el mismo momento de ordenar y confirmar el pedido, podrá seleccionar su medio de pago (Pse- nequi-daviplata)
- **El primer restaurante donde se eliminarán las filas de ingreso y el tiempo de espera en que le preparen y sirvan el plato.**
- Uso de las tecnologías para que la cocina organice el pedido (software de logística) desde la selección de su menú y confirmación al móvil del cliente de su reserva.
- Zona de lobby para tomar café y decisiones de negocios, espacios sociales charlas y compartir una tarde de negocios o en familia.
- Menús especiales para personas que tengan una dieta de estricto cumplimiento diario en los medicamentos, para personas diabéticas, fitness, etc.
- Uso de marketing digital como estrategia de ventas con campañas de promoción de redes sociales.

La alimentación saludable es un elemento clave en el desarrollo de las personas. Tener una dieta balanceada trae muchos beneficios, entre ellos les ayudará a mantenerse sanos y fuertes en todas las etapas de la vida.

2.2 SEGMENTO DE MERCADO

Se detecta la oportunidad de un negocio grande e interesante ya que en la ciudad de Bucaramanga existen un número considerable de personas que poco consumen productos naturales y que podrían llegar a consumirlos si conocieran las bondades de los productos a nivel nutricional, lo cual verán reflejado en la salud; igualmente es importante poner en manos de nuestros futuros consumidores información de los productos orgánicos, con el fin de que estos sean asequibles tanto en ubicación como en costos, en conclusión, los resultados nos demuestran la viabilidad del proyecto.

De acuerdo con las estimaciones del DANE en 2023, Bucaramanga tiene 614,860 habitantes: 322,252 mujeres (52.4%) y 292,608 hombres (47.6%). Los habitantes de Bucaramanga representan el 26.1% de la población total de Santander en 2023.¹⁴ Bucaramanga es el municipio más poblado del departamento de Santander. Inicialmente se pretende conquistar todo tipo de clientes de cualquier estrato y posición social de la ciudad buscando el origen y la oportunidad de hacer este negocio.

2.2.1 Mercado Potencial. El mercado potencial son los hombres y las mujeres de la ciudad de Bucaramanga.

2.2.2 Mercado Objetivo. El mercado objetivo lo conforman los hombres y las mujeres entre los 18 y 70 años de la ciudad de Bucaramanga. Para lo cual según el plan de ordenamiento territorial de segunda generación de Bucaramanga 2013-2023, el número de habitantes es de **291.030** para el rango de edades entre los 18 y 70 años.¹⁵

Se realizó una investigación cuantitativa con el fin de recoger información primaria para estudiar los conocimientos, actitudes preferencias o comportamientos de una población específica, con el fin de definir la población objetivo.

2.3 ESTUDIO DE LA DEMANDA

2.3.1 Necesidades de información.

En la investigación de mercados aparecen una serie de necesidades de información, que pueden llegar a ser determinantes a la hora de tomar decisiones de tipo técnico y estructural en el desarrollo del proyecto, para la puesta en marcha del **Restaurante Buffet Natural Food** en la ciudad de Bucaramanga, como son:

¹⁴ TELEENCUESTAS Op. Clt.

¹⁵ SECRETARIA DE PLANEACIÓN DE BUCARAMANGA, plan de ordenamiento territorial de Bucaramanga segunda generación 2013-2027. [En línea] [citado el 01 de junio de 2022]. Disponible en: <http://www.concejodebucaramanga.gov.co/planordenamientoterritorial/tomo2.pdf>

- *Información sobre el número potencial de compradores del servicio y producto ofrecido.* Con esta información buscamos los clientes potenciales o prospectos de ventas definiendo a la persona que podrá convertirse en consumidor del producto y del servicio. El estudio del perfil de clientes potenciales, sus necesidades, intereses y afinidad, así como su capacidad económica para adquirir el producto, determinan ese potencial.
- *Información sobre los gustos, preferencias y requerimientos de la población objetivo en cuanto a producto y servicio.* Las preferencias del consumidor son los gustos individuales que cada consumidor tiene a la hora de seleccionar el producto, medir el nivel de satisfacción en el servicio y el posicionamiento de marca. Estas preferencias están influenciadas por factores como la calidad percibida, el precio, la conveniencia, la marca, la reputación, o la innovación.
- *Información sobre la oferta actual de consumo de alimentos nutritivos, tipos de comercialización y promoción.* Es la estrategia de promoción de alimentación saludable esta información permite comparar la oferta con los requisitos de ley con el objeto de adoptar medidas efectivas que promueven entornos alimentarios, saludables, garantizando el derecho fundamental a la salud.
- *Información sobre las marcas preferidas para el consumo de alimentos nutritivos.* Permite Comparar el producto y el servicio del restaurante con respecto a la competencia principal, especialmente en lo que atributos, funciones o valores de importancia crítica asociados a la oferta de alimentos se refiere; y así lograr obtener una perspectiva más amplia respecto al tema de los alimentos saludables, sus hábitos de consumo.
- *Información sobre la frecuencia de compra del producto.* Indica el rendimiento que muestra el número de veces que el cliente en promedio adquiere el producto, en una observación de tiempo en particular (diario, semanal, quincena, ocasional, eventualmente, etc) este periodo debe adaptarse a la categoría para garantizar la pertinencia del resultado.
- *Información sobre la disposición de pago del producto.* Refleja la máxima cantidad de dinero que una persona pagaría por obtener el producto y servicio del

restaurante. Y *la disposición a ser compensado* refleja la mínima cantidad de dinero que la persona estaría dispuesto a recibir en caso de efectuar una devolución o reclamación por el producto ofrecido.

En la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, se evidencia una particular oferta de restaurantes de comida vegana y vegetariana como alternativas alimenticias a un creciente número de individuos que buscan lugares fuera de su hogar para su alimentación; este factor muestra el poco desarrollo competitivo de la ciudad frente a otras ciudades y la poca intención que tiene frente a un mejor estado de salud.¹⁶

La información obtenida en el análisis del comportamiento del consumidor es fundamental para la elaboración de las estrategias de Marketing, en cuanto a sus deseos y necesidades sin cubrir por la demanda existente, a su vez determinar el precio que se estaría dispuesto a pagar por el producto y su posicionamiento en el mercado.

2.3.2 Tipo de estudio

Cuadro 2. Tipo de estudio

<p>Tipo de investigación</p>	<p>Exploratoria: se realiza para conocer el contexto del mercado conocer los gustos y preferencias respecto al producto a comercializar.</p> <p>Descriptiva: Describe el tema de investigación a través de la información recolectada, analizada y tabulada, puntualizando las características de la población objetivo en relación con los gustos, preferencias y requerimientos.</p>
<p>Método de investigación</p>	<p>Esta investigación se basa en el método deductivo, donde se busca señalar características de la demanda a través del análisis de los resultados de la</p>

¹⁶ VIVE SANO Que debe contener un almuerzo saludable y equilibrado [en línea] 2017 Disponible en: <https://vive-sano.org/wp-content/uploads/2017/05/que-debe-contener-un-almuerzo-saludable-y-equilibrado.jpg>

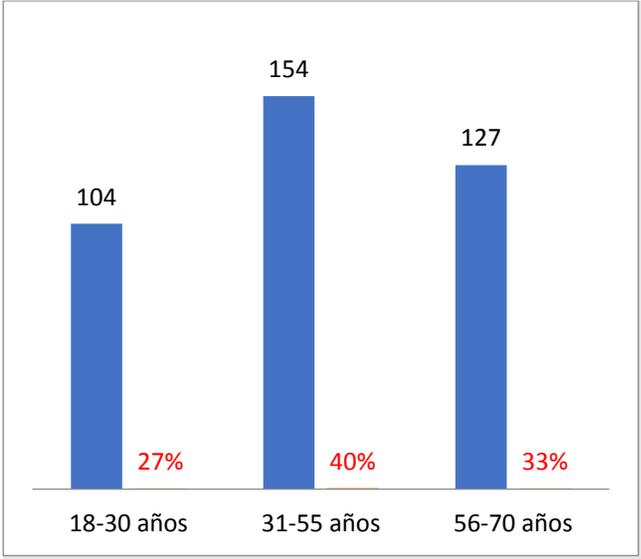
	fuentes primarias (mercado objetivo) y fuentes secundarias (información existente) lo cual son indispensables para la toma de decisiones.
Fuentes de información	Primarias: hombres y mujeres entre los 18-70 años de la ciudad de Bucaramanga.
Técnicas de investigación	Encuesta
Instrumento para la recolección de información	Cuestionario estructurado con preguntas abiertas y cerradas guiados en todas sus pautas.
Modo de aplicación	Aplicación Directa
Definición de población	Población Objetivo: 291.030 adultos-jóvenes. Elemento Muestra: Adultos –jóvenes entre 18 a 70 años. Unidad Muestra: centros comerciales de la ciudad de Bucaramanga.
Proceso de muestreo	Para definir el tamaño de la muestra se aplicará la siguiente formula: $n = \frac{Z^2 * N * p * q}{(N - 1)e^2 + Z^2 * p * q}$ Dónde: N = Población (291.030 adultos-jóvenes de 18 a 70 años) Z = Nivel de confianza (95%) = 1,96 e = Error estimado (5%) = 0,05 p = Probabilidad de éxito (50%) = 0,5 q = probabilidad de no éxito (50%) = 0,5 $n = \frac{1,96^2 * 291.030 * 0,5 * 0,5}{(291.030 - 1)0,05^2 + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$ <i>n = 385 Encuestas</i>
Alcance	Centros comerciales, parques y portales de transferencias de Metrolínea en la ciudad de Bucaramanga. A través del diligenciamiento del formulario de la encuesta en Google Drive.
Tiempo de aplicación	Tres semanas

2.3.3 Tabulación, presentación y análisis de resultados. Se aplicó una encuesta que consta de 10 preguntas referentes a la factibilidad, realizada con un nivel de confianza

del 95% y un margen de error estimado en un 5%. A través de la población objetivo se aplica de un total de **385** personas encuestadas.

Pregunta 1 ¿Cuál es su rango de edad?

Figura 2. Rango de edad de los encuestados



Cuadro 3. Rango de edad de los encuestados

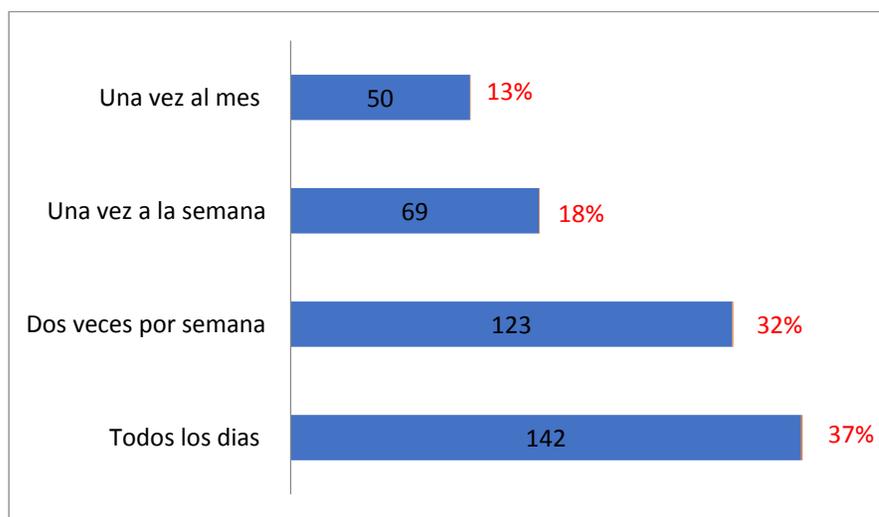
VARIABLE	RESPUESTA	PORCENTAJE
18-30 años	104	27%
31-55 años	154	40%
56-70 años	127	33%
Total	385	100%

Al realizar el análisis se puede concluir que las 385 personas, el 40% de las personas encuestadas están dentro del rango de edad requerido o de atención, porque se encuentran activas laboralmente hablando, lo cual indica que el mercado objetivo es real y existente, y deja ver una viabilidad positiva para la puesta en marcha del proyecto a futuro. Por otro lado, la población adulta se ubica en el segundo puesto con un margen del 33 % que nos genera foco de atracción por el tipo de menús, que le

ofreceremos como suplemento a su dieta y tratamientos médicos (control de azúcar, hipertensión, etc.).

Pregunta 2 ¿Cuántas veces a la semana consume comida preparada por fuera de casa?

Figura 3. Frecuencia de consumo de las personas encuestadas



Cuadro 4. Frecuencia de consumo de las personas encuestadas

Variable	Respuesta	Consumo anual	Porcentaje	Consumo anual Ponderado
Todos los días	142	42.174	37%	109,54
Dos veces por semana	123	12.792	32%	33,22
Una vez a la semana	69	3.588	18%	9,31
Una vez al mes	50	600	13%	1,55
Total	385		100%	153,62

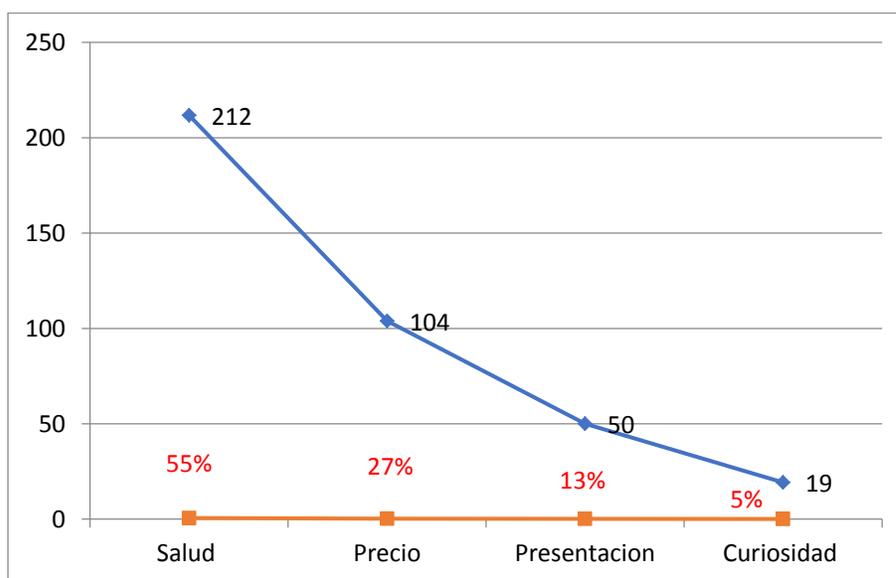
La frecuencia de consumo anual es de 153,62 menús. A los consumidores que dijeron que comprarán menús saludables se multiplicó por 297 días al año por los domingos no se tiene proyectada el servicio.

Otra oportunidad que se puede tener en cuenta para nuestro negocio es que este tipo de cliente que prefiere comer saludable generalmente busca o hace reservas en restaurantes los fines de semana, puede ir solo, acompañado por su pareja o familia.

Una excelente estrategia sería tener opciones para todos los gustos en nuestro menú, por ejemplo, ofrecer una línea saludable, con ensaladas, hamburguesas bajas en carbohidratos o crepes integrales con pollo.

Pregunta 3. De las siguientes opciones, seleccione ¿Qué le motiva al momento de elegir el menú?

Figura 4. Intenciones que motivan el consumo de menú saludable



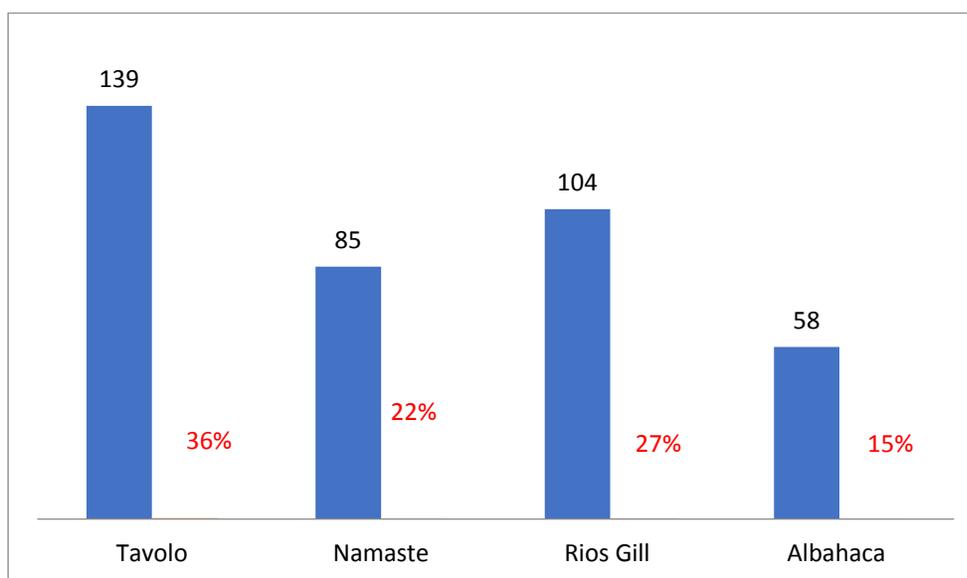
Cuadro 5. Intenciones que motivan el consumo de menú saludable

Variable	Respuesta	Porcentaje
Salud	212	55%
Precio	104	27%
Presentación	50	13%
Curiosidad	19	5%
Total	385	100%

El 55% de las personas encuestadas quieren **cuidar su alimentación**, e ingerir alimentos saludables, optan por algunas de estas opciones cuando van a un restaurante. Es importante que los chef y dueños de negocio, tengan presentes estos aspectos que les van a generar valor, pues se adaptan a las **necesidades nutricionales** de sus clientes.¹⁷ Aunque no sea un nicho de mercado muy grande, cada vez las personas se interesan más por consumir en su vida diaria **comida saludable** y es ahí donde el **sector de los restaurantes** juega un papel muy importante, tanto en la preparación como en la selección de ingredientes más sanos para sus platos.¹⁸

Pregunta 4. De restaurantes que ofertan menús saludables ¿cuáles conoce?

Figura 5. Restaurantes que ofertan menús saludables



¹⁷ *Ibíd-*

¹⁸ MINISTERIO DE SALUD ¿Qué es una alimentación saludable? [en línea] disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/HS/Paginas/que-es-alimentacion-saludable.aspx>

Cuadro 6. Restaurantes que ofertan menús saludables

Variable	Respuesta	Porcentaje
Tavolo	139	36%
Rios Gill	104	27%
Namaste	85	22%
Albahaca	57	15%
Total	385	100%

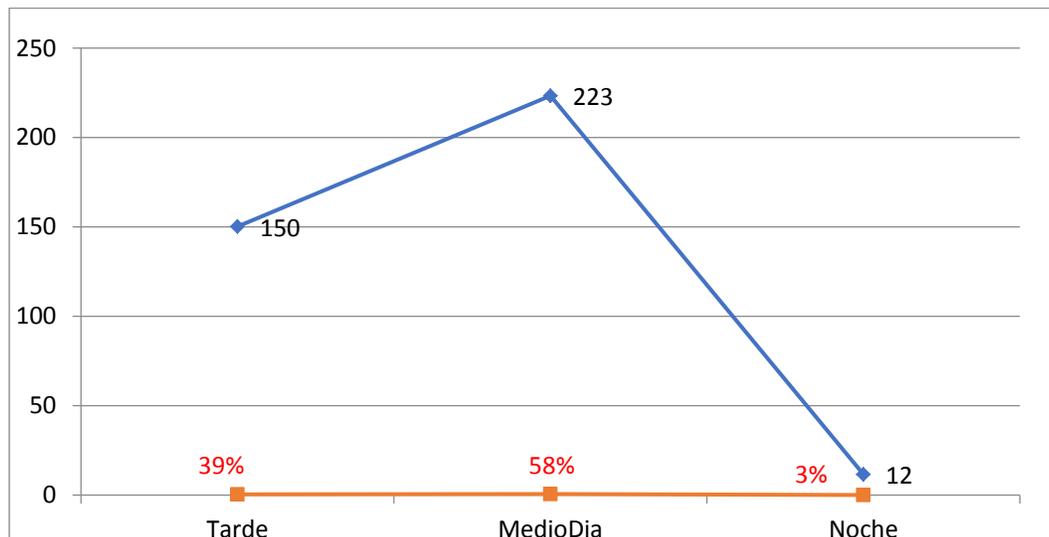
El 15% de los encuestados consume menús de marcas no tan conocida como lo es restaurante Albahaca, dejando el 85% del mercado restante a dos marcas reconocidas en el mercado como lo son: Tavolo Gourmet con un 36% dominando el mercado y Ríos Gill en segundo lugar con un 27% de participación y un 22% para Namaste con comida Hindú.

Los restaurantes son el eje central que suple la necesidad de alimentarse muchas veces, pero ¿cómo se pueden adaptar, para que las personas coman saludablemente? Se ha detectado por medio de estudios de la **Universidad de Illinois** ¹⁹ que en los restaurantes en los que se ofrece un servicio completo, los platos que se consumen no son saludables, pues generalmente tienen un alto grado de **calorías** y **colesterol**.

¹⁹ MIYAR Susana. Comer en un restaurante es tan malo como la comida chatarra [en línea] 2015 Actitud Fem. Disponible en: <https://www.actitudfem.com/belleza/nutricion-y-ejercicio/pierde-peso-dietas/comer-en-un-restaurantes-es-tan-malo-como-la-comida-chatarra>

Pregunta 5. ¿En qué jornada del día prefieren ir?

Figura 6. Frecuencia de consumo de menú saludable



Cuadro 7. Frecuencia de consumo de menú saludable

Ítem	Respuesta	porcentaje
Tarde	151	39%
Medio día	223	58%
Noche	11	3%
Total	385	100%

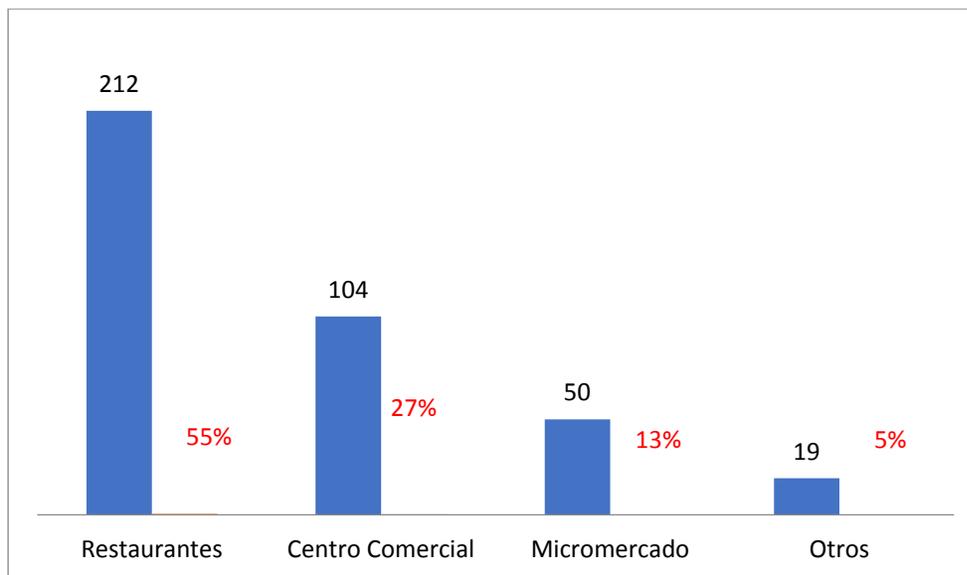
Se conoce la frecuencia dentro de jornada en la que visitarían el restaurante, el 58% prefiere Medio día, 39% prefiere en la Tarde y solo el 3% disfruta consumir en la noche. Lo anterior son datos de gran relevancia para el restaurante a crear, debido a las tres preferencias de consumo dentro de la jornada.

La comida saludable llegó para quedarse, y es su prioridad en el gremio de restaurantes, bares y reposterías, adaptarse a la demanda. Algunos referentes mundiales, han optado por formas de preparar la comida más saludable, donde se reduce el uso de algunos ingredientes o se sustituyen otros. El panorama actual es de cambio de mentalidad, enfocado no solo en el cuidado de la salud, sino del medio

ambiente, y este tipo de clientes busca coherencia entre las dos, por eso también se fortalece la onda vegana y vegetariana en Colombia y en el mundo.²⁰

Pregunta 6. ¿Dónde compraría un menú saludable?

Figura 7. Lugares donde posiblemente comprarán



Cuadro 8. Lugares donde posiblemente comprarán

Ítem	Respuesta	Porcentaje
Restaurantes	212	55%
Centro Comercial	104	27%
Micro mercado	51	13%
Otros	18	5%
total	385	100%

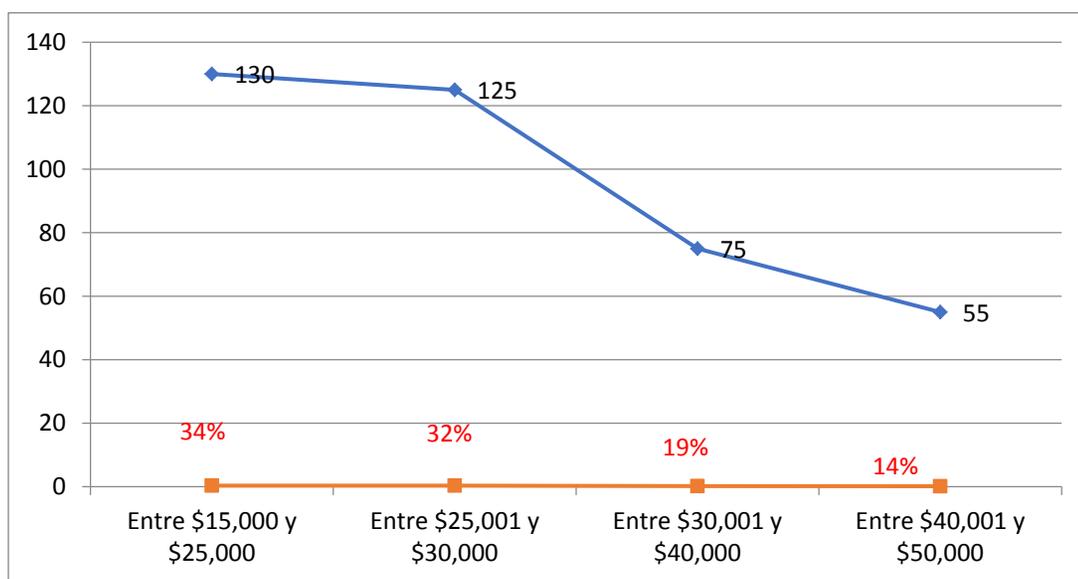
Se ve reflejado los restaurantes donde más adquieren los encuestados el menú saludable, esto permite identificar el segmento de mercado al cual se debe enfocar la comercialización del producto. Como se ve reflejado en la gráfica el 55% de los

²⁰ TENDENCIAS GASTRONÓMICAS Restaurantes de comida saludable: ¿Tendencia o preferencia? [en línea] disponible en: <https://www.institucionalcolombia.com/tendencias-gastronomicas/comida-saludable-tendencia-colombia/>

encuestados prefieren los restaurantes para adquirir el producto, así como también se evidencia en segunda posición los centros comerciales con un 27% de participación. Este concepto de marketing de experiencias, aunque no es reciente, es muy valioso en la época que estamos viviendo. Ya no es suficiente con dejar a un cliente satisfecho con el producto o servicio que le brindamos, es lo mínimo que podemos hacer, esto se trata de crear experiencias y dejar un buen recuerdo en la mente del consumidor. Este tipo de mercadeo está muy relacionado con las tendencias comerciales en donde las emociones son protagonistas. Somos marcas, pero también somos personas que tratamos con personas.

Pregunta 7. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por un menú?

Figura 8. Precio disponible por pagar por un menú



Cuadro 9. Precio disponible por pagar por adquirir un menú

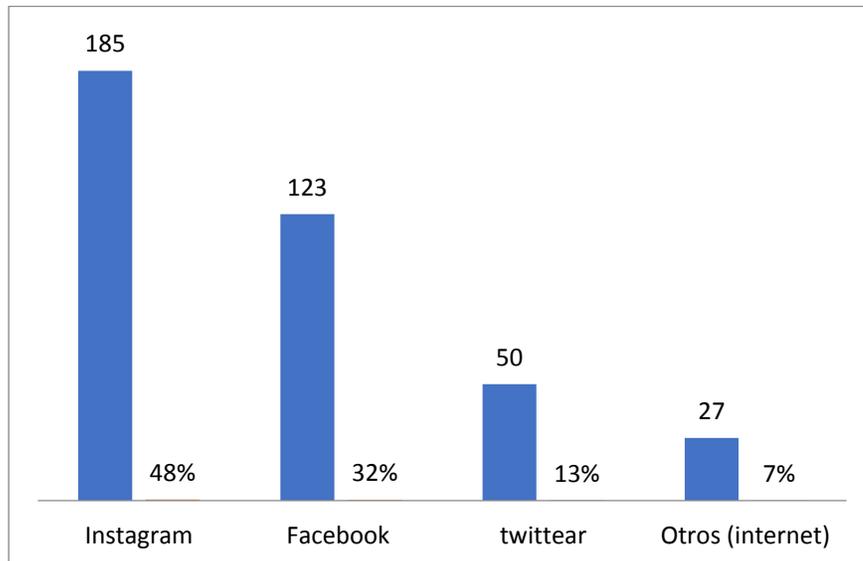
Variable	Respuesta	Media	Porcentaje	Media Ponderada
Entre \$15.000 y \$25.000	130	20000	34%	6.753,25
Entre \$25.001 y \$30.000	125	27500,5	32%	8.928,73
Entre \$30.001 y \$ 40.000	75	35000,5	19%	6.818,28

Variable	Respuesta	Media	Porcentaje	Media Ponderada
Entre \$40.001 y \$50.000	55	45000,5	14%	6.428,64
Total	385		100%	28.928,90

El 34% de los encuestados manifestaron estar de acuerdo con que el precio justo para adquirir el menú debería oscilar entre los \$15.000 y \$25.000, un 32% de los encuestados respondieron que el precio justo debería estar en el rango de \$ 25.000 y \$ 30.000. Estos resultados permiten al **Restaurante Buffet Natural Food** hacer una proyección estimada del precio que están dispuesto a asumir un comprador por un menú de saludable. Según el chef, Jorge Rausch,²¹ las tendencias de alimentación van a ir impulsadas por una fuerte conciencia ambiental y “la gente va a querer comida de verdad, porque el 34% de los consumidores que llevan este tipo de alimentación, están dispuestos a pagar más”

Pregunta 8. ¿Cuál es la red social que utilizaría para obtener información?

Figura 9. Medio de comunicación efectivo para el menú saludable



²¹ GUTIÉRREZ NÚÑEZ Allison La comida saludable y sostenible está entre las tendencias de la cocina para este año [en línea] Diario La Republica 2021. Disponible en: <https://www.larepublica.co/ocio/comida-saludable-y-sostenible-son-las-tendencias-de-alimentacion-para-este-ano-3115641>

Cuadro 10. Medio de comunicación efectivo para el menú saludable

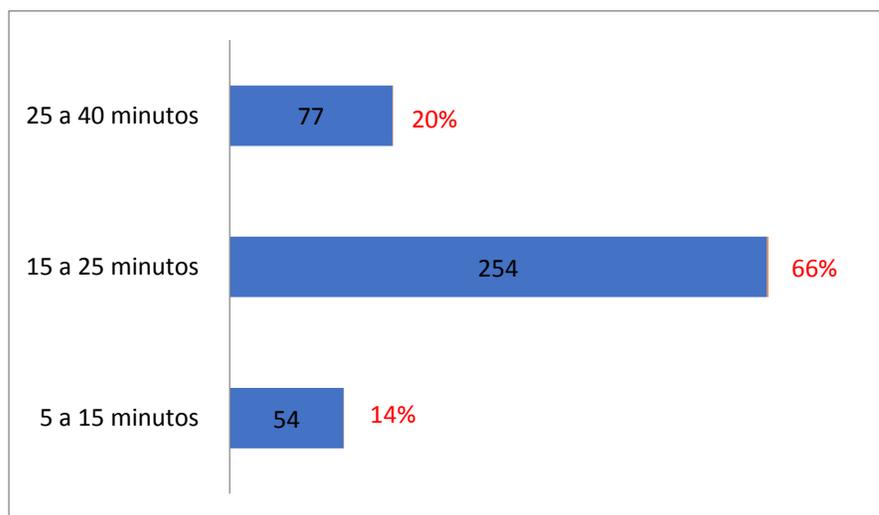
VARIABLE	RESPUESTA	PORCENTAJE
Instagram	185	48%
Facebook	123	32%
twittear	50	13%
Otros (internet)	27	7%
Total	385	100%

La preferencia en medios de comunicación del mercado objetivo para conocer productos del restaurante está en Instagram con un 58% y en Facebook con un 32%. Estos datos permiten identificar que canales publicitarios se deben usar para dar a conocer el restaurante.

En la actualidad, las experiencias gastronómicas primero se viven en el marco del marketing digital, es decir, los usuarios que buscan restaurantes ya tienen más posibilidades de evaluar la relación calidad/precio en base a comentarios en las fichas locales digitales de los negocios o porque ya se vio en una red social o en una página web bien trabajada. Manteniendo las redes sociales trabajadas asertivamente, también habla del lenguaje audiovisual, las fotos que se usen deben emitir emociones, incluya videos y diferentes herramientas visuales que puedan ayudar al cliente a entender que vivirá en el lugar.

Pregunta 9. ¿Cuál es el tiempo máximo que esperaría en recibir un servicio a domicilio?

Figura 10. Tiempo máximo de espera en recibir el domicilio



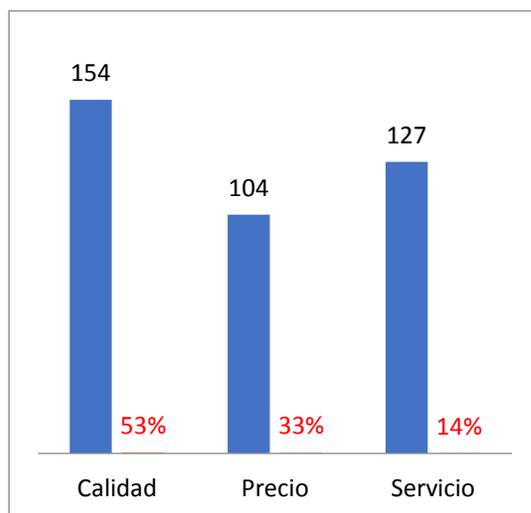
Cuadro 11. Tiempo máximo de espera en recibir el domicilio

Variable	Respuesta	Media	Porcentaje	Media Ponderada
Entre 5 a 15 minutos	54	10	14%	1,4
Entre 16 a 25 minutos	254	20,5	66%	13,52
Entre 26 a 40 minutos	77	33	20%	6,6
Total	385		100%	21,53

El dato obtenido permite identificar que las personas suelen esperar por un domicilio entre 15 a 25 minutos, como se sabe no siempre se cumple con este tiempo ya que por diversos factores puede atrasarse más un pedido o llegar más rápido de lo esperado, sin embargo, para el **Restaurante Buffet Natural Food** la eficiencia en la entrega de pedidor será un punto de vital importancia, en el cual se deberá implementar un sistema de entrega rápido y seguro.

Pregunta 10. ¿Qué elemento tomaría en cuenta usted a la hora de elegir un restaurante?

Figura 11. Características a la hora de elegir restaurante



Cuadro 12. Características a la hora de elegir restaurante

Variable	Respuesta	Porcentaje
Calidad	154	53%
Precio	104	33%
Servicio	127	14%
Total	385	100%

Durante el análisis de esta última pregunta se evidencia que más del 53% de las personas encuestadas escogerían un restaurante por la calidad de sus productos, sin embargo, el precio se clasifica en un segundo lugar con una participación del 33%, esto nos indicaría que las personas estarían dispuestas a pagar más, por un producto de calidad, por ello **Restaurante Buffet Natural Food** deberá implementar estrategias que permitan generar un precio asequible para el cliente sin verse afectado la calidad de producto final.

2.3.4 Estimación de la demanda actual. Teniendo presente los resultados de las encuestas realizadas, reflejaron que el 63% de los encuestados estarían dispuestos a consumir los servicios del **Restaurante Buffet Natural Food**. En base a lo anterior, la demanda actual disponible para el restaurante está representada en la siguiente formula = mercado objetivo x % personas consumen comida saludable x frecuencia anual de consumo de menus x (promedio número de personas/comensales).

Demanda actual= 291030 * 63% * 153,62 consumidores al año (de la tabla 4 pregunta 2)
= 28.166.058,02 menus x año

La población como ya se mencionó anteriormente está conformada por los hombres y mujeres, entre edad de los 18 y 70 años que corresponden a 28.166.058,02 menus, multiplicado por la frecuencia de compra obtenida de la tabla numero 4 que es de 153,62 consumidores al año.

2.3.5 Estimación de la demanda efectiva. Demanda efectiva anual= demanda actual* porcentaje aceptacion menus saludables * % aceptación del nuevo servicio.

Demanda actual= 28.166.058,02 menus /anual. (Porcentaje de aceptación del nuevo servicio= 63% aceptación (pregunta 2).

Demanda efectiva= 28.166.058,02 * 63%.
= 17.744.616.55 menus anuales

2.3.6 Proyección de la demanda para los próximos cinco años. Para la proyección de la demanda se utiliza el criterio de crecimiento poblacional mediante la técnica estadística de valor presente a valor futuro, donde se toma como base el índice promedio que nos suministra el DANE de crecimiento poblacional de Bucaramanga.

Que para los próximos 5 años de acuerdo con la proyección del DANE es del 1.5 % y se utilizan los datos que ya hemos calculado.²²

Teniendo en cuenta los anteriores datos se procederá a calcular la proyección con base en la estimación de la demanda actual y efectiva. Según lo calculado en la estimación de la demanda actual se consumirán en el año 28.166.058,02 menus /anual; a este valor se le aplica el índice de crecimiento poblacional de 1.5% para cada año futuro como se muestra a continuación en la siguiente tabla

Cuadro 13. Proyección demanda actual a 5 años

Año	Demanda actual proyectada
1	474.379
2	773.238
3	1.260.377
4	2.054.415
5	3.348.696

Según lo calculado en la estimación de la demanda efectiva y como resultado de la frecuencia de consumo y nivel de aceptación del producto: se consumirán en el año en el primer año 28.166.058,02 menus/anual; a este valor se le aplica el índice de crecimiento poblacional de 1.5% para cada año futuro como se muestra a continuación en la tabla.

Cuadro 14. Proyección demanda efectiva a 5 años

Año	Demanda efectiva proyectada
1	298.859
2	487.140
3	794.038
4	1.294.282
5	2.109.680

²² SECRETARIA DE PLANEACIÓN DE BUCARAMANGA, Plan de ordenamiento territorial de Bucaramanga segunda generación 2013-2027. [En línea]. Febrero 2014. Disponible en: <http://www.concejodebucaramanga.gov.co/planordenamientoterritorial/tomo2.pdf>

2.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA

A través de la investigación de la competencia, de forma directa, telefónica, en su página web, sus redes sociales y aplicaciones a las que pertenecen, se obtuvo información para identificar las variantes que influyen en su capacidad, su desarrollo, su caracterización y proceder al análisis.

Cuadro 15. Información de la competencia

Restaurante Tavolo Gourmet	
Dirección: Centro Comercial Caracolí, Boulevard del Parque Local 502B, Floridablanca, Santander	
Precio: \$25.000 y \$48.000 días de apertura de lunes a domingo,	
Publicidad: portal Web del restaurante, volantes, directorio de la ciudad.	
Estrategia: Atención personalizada de los clientes. Incluye alimentos orgánicos en los platos. Se ha posicionado en el corazón de todas aquellas personas que desean un lugar donde disfrutar de buenos momentos y excelentes productos. Los amigos de la gastronomía podrán disfrutar desde platos ligeros como ensaladas hasta platos más elaborados.	
Canal de distribución: canal directo productor- consumidor	
Valor Agregado: eventos Tavolo gourmet	

Restaurante Rio`s Grill	
Dirección: Cl. 34 #30-16, Mejoras Públicas, Bucaramanga, Carrara 27 # 30-59, Cañaveral Floridablanca, Santander	
Precio: \$16.000 el rango es abierto por que se factura el menú por gramos, días de apertura de lunes a domingo,	
Publicidad: portal Web del restaurante, redes sociales, amarillas en internet	
Estrategia: el menú ya está preparado expuesto para que cada cliente elija y arme su menú en las porciones que desee consumir. Lo que sí es constante es las sopas y el jugo del día o elige la bebida.	
Canal de distribución: Consumo en el lugar. Retiros en la puerta y entregas a domicilio.	
Valor Agregado: el cliente elige su menú, y pasa a la mesa en el menor tiempo posible. En las noches ofertan Hamburguesas, sushi, Pizzas Cariocas.	

Restaurante Albahaca.



Dirección: Calle 32 No 26-61 Cañaveral
Carrera 34 No. 54-113 Cabecera - Teléfono 6850640

Precio: entre \$16.000 y \$20.000 días de apertura de lunes a sábado.

Publicidad: portal Web, redes sociales

Estrategia: tienen de experiencia más de dos años, ofrece menús adaptados a la necesidad de sus clientes, la alimentación es centrada para mejorar la salud y prevenir enfermedades cardiovasculares.

Canal de distribución: consumo en lugar, retiro en el local, retiro a domicilio.

Valor Agregado: la clientela es atendida por la experta en nutrición, la Doctora Mónica Gómez da asesoría en el menú.

Restaurante Namaste.



Dirección: Cra. 27a #48-130, Sotomayor, Bucaramanga, Santander

Precio: entre \$15.000 y \$48.000

Todos los días 11:30 am a 2:30 pm con el menú del día

Publicidad: canal TRO en la franja de la noche, publicidad redes sociales

Estrategia: Productos de Panadería Viva Mejor, Granolas Vitarrico, Miel de Stevia, Zumos de Fruta Naturales, Embutidos y Carnes Vegetarianas.

Almuerzos tipo Buffet, y ejecutivos.

Canal de distribución: canal directo productor – consumidor

Valor Agregado: Cursos de Comida Vegana y Vegetariana.

Cuadro 16. Comparativo de restaurantes competencia

PANORAMA COMPETITIVO									
Matriz de de perfil competitivo (MPC)									
Esta matriz permite realizar un benchmarkin (análisis comparativo) para determinar que tan competitiva es la empresa frente a sus principales competidores, en los facores claves de éxito del mercado.									
Factores clave de éxito	Ponderación	Rio`s grill		Tavolo		Albahaca		Namaste	
		Cal	Total	Cal	Total	Cal	Total	Cal	Total
Cumplimiento con la promesa de servicio	10%	3	0,3	3	0,3	3	0,3	3	0,3
Calidad de la comida y servicio	5%	4	0,2	4	0,2	3	0,15	3	0,15
Precio de venta	8%	2	0,16	3	0,24	3	0,24	2	0,16
Reconocimiento de Marca	10%	4	0,4	4	0,4	3	0,3	3	0,3
Ubicación del lugar	9%	4	0,36	3	0,27	1	0,09	1	0,09
Confort, decoracion y ambiente del lugar	7%	3	0,21	3	0,21	3	0,21	3	0,21
Reputacion comentarios y opiniones en redes	4%	2	0,08	2	0,08	2	0,08	3	0,12
Innovacion del producto	10%	3	0,3	3	0,3	2	0,2	3	0,3
Servicio al cliente	7%	3	0,21	4	0,28	4	0,28	3	0,21
Opciones dieteticas- menus nutritivos	7%	3	0,21	3	0,21	3	0,21	3	0,21
tiempo de entrega	8%	3	0,24	3	0,24	3	0,24	3	0,24
Higiene y seguridad de las instalaciones	8%	4	0,32	3	0,24	3	0,24	3	0,24
Respaldo financiero	7%	4	0,28	3	0,21	3	0,21	3	0,21
TOTALES	100%	3,27		3,18		2,75		2,74	

Convenciones	
Debilidad alta	1
Debilidad Moderada	2
Fortaleza moderada	3
Fortaleza alta	4

Fortalezas: estos negocios poseen algunas fortalezas que son las que las mantienen en el mercado.

- **Modalidad de pago:** la mayoría de los usuarios de estos servicios, demandan pagos en línea y por plataformas digital.
- **Balance nutricional de cada servicio:** cada menú incluye frutas, verduras, proteínas lo que contribuye a la sana alimentación en cada plato.

Debilidades: las debilidades de estos negocios son:

- **Precios:** los precios de estos establecimientos, cuando se trata de comidas especiales es demasiado elevado para un trabajador o persona del común.
- **Ubicación:** estos establecimientos se encuentran ubicados en lugares poco concurridos.
- **Dieta:** los servicios que ofrecen carecen de la valoración profesional de un nutricionista.

Teniendo en cuenta las tendencias y hábitos de consumo de los clientes objetivo, es vital incorporar materias primas e insumos que vayan con el concepto del restaurante y que, a su vez, se destaquen la calidad y el buen servicio en medio de un ambiente innovador, moderno, cosmopolita y confortable, en el que primará el diseño y la funcionalidad como estilo propio del restaurante. Esto se logrará relacionando todos los sentidos de los clientes, olfato, gusto, tacto, visión y escucha, los cuales son aspectos importantes.

2.5 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO MÍNIMO VIABLE

2.5.1. Descripción, usos y especificaciones del producto o del servicio.

Restaurante de comida saludable tipo buffet el cual da la oportunidad al cliente de seleccionar y armar su propio plato con asesoría del nutricionista a través de la organización de cada uno de los menús diarios a consumir, ofreciendo igualmente

pautas nutricionales en nuestras plataformas digitales, redes sociales, grupos de WhatsApp, Instagram y telegram.

- **Buffet de Ensaladas Personalizables:** Ofrece una estación de ensaladas donde los clientes pueden crear sus propias ensaladas a partir de una variedad de verduras frescas, proteínas magras, frutas, nueces y aderezos saludables.
- **Estaciones de Proteínas Magras:** Incluye opciones de proteínas magras como pollo a la parrilla, pescado, pavo y tofu preparados de diversas formas para satisfacer los diferentes gustos.
- **Barra de Granos y Legumbres:** Proporciona una selección de granos enteros como arroz integral, quinua y cuscús, junto con legumbres como lentejas y garbanzos para agregar sabor y valor nutricional.
- **Estación de Comida Caliente:** Ofrece platos calientes preparados de manera saludable, como opciones de cocción al vapor, a la parrilla o al horno, con una variedad de verduras y salsas bajas en grasa.
- **Opciones Sin Gluten y Vegetarianas/Veganas:** Asegúrate de tener opciones sin gluten y opciones vegetarianas o veganas para atraer a una gama más amplia de comensales con diferentes preferencias alimenticias.
- **Frutas Frescas y Postres Saludables:** Incluye una variedad de frutas frescas como postre, así como opciones de postres saludables y bajos en azúcar, como yogur con frutas y nueces.
- **Bebidas Nutritivas:** Ofrece una selección de bebidas saludables, como batidos de frutas, infusiones de hierbas y agua aromatizada.
- **Menús Temáticos y Rotación de Platos:** Introduce menús temáticos o rota tus platos según la temporada para mantener el interés de los clientes y brindar variedad en la experiencia de comida.
- **Asesoramiento Nutricional:** Si es posible, proporciona la opción de consultar con un dietista o nutricionista para ayudar a los clientes a tomar decisiones informadas sobre sus elecciones alimenticias.

- **Etiquetado Nutricional:** Etiqueta los platos con información nutricional para que los clientes puedan tomar decisiones informadas sobre las porciones y los valores nutricionales.

El servicio es restaurante buffet, la idea inicial es inducir a los clientes a una tendencia de comida saludable y creada desde la asesoría nutricional, **Restaurante Buffet Natural Food**, quiere marcar la iniciativa en la preparación de su comida, el recetario diario, la forma de ordenar su pedido y hacer reserva al lugar, innovando en el servicio al querer ser el primer restaurante donde se eliminarán las filas de ingreso y el tiempo de espera en que le preparen y sirvan el plato buscando la posibilidad de que nuestros productos se acomoden no solo al bolsillo de los clientes, si no a sus gustos y necesidades nutricionales; todo ello con la ayuda de la tecnología y el software ERP que se utilice para la automatización de los procesos de producción de los alimentos y el servicio de facturación, reservas, entregas a domicilio etc.

Teniendo en cuenta la vida agitada de la ciudad y la falta de tiempo de los comensales, la idea es que en el **Restaurante Buffet Natural Food** los asistentes puedan disfrutar de una experiencia gastronómica diferente, gustosa y saludable, además de varios espacios pensados en cada uno de ellos para satisfacer sus distintas necesidades nutricionales. Los horarios de atención serán de lunes a Sabado 9.00 am a 5:00 pm con el fin de brindarla a nuestros clientes la posibilidad de visitarnos y degustar nuestros productos. La atención nocturna demandaría más la comida rápida y en este punto de inicio del negocio no lo tenemos contemplado aún.

Teniendo en cuenta como factor diferenciador la frescura de la materia prima y los productos orgánicos cultivados y seleccionados por nosotros mismos. Como otro punto a favor el menú del restaurante estaría en constante evolución de acuerdo con las temporadas de los alimentos lo cual dará garantía, calidad de la materia prima, variedad e innovación a la propuesta del restaurante y por consiguiente reducirá costos.

La idea es inducir al comensal a tomar porciones moderadas para satisfacer sus necesidades de alimentarse sanamente, hacer que en su elección tenga un plato balanceado, sin necesidad de quedar con la sensación de malestar o plenitud. Lo importante en este proceso será manejar diferentes tipos de preparación utilizando varias técnicas de cocción que conlleven a ofrecer una variedad de menús sin aburrir los paladares de los clientes.

2.5.2 Productos o servicios complementarios y sustitutos

Productos Sustitutos

Dentro de los productos sustitutos del **Restaurante Buffet Natural Food**, en la ciudad de Bucaramanga, se centra en los ofrecidos por los restaurantes con menús Light o dietéticos y vegetarianos, cuyo servicio se encuentra igualmente enmarcado dentro del ámbito de la alimentación saludable.

Con el propósito de identificar la competencia directa o indirecta y así reconocer sus ventajas y desventajas frente a sus productos y servicios, se realizó una investigación, utilizando como herramienta de información el portal Web de las páginas amarillas que aparte de dar sus ubicaciones menciona características útiles del servicio que prestan, se evaluó de acuerdo con lo siguiente:

- Canal de comercialización Virtual
- Menú orgánico y natural, comida Light y saludable
- Menú infantil,
- Menú disponible para eventos
- Instalaciones para alquiler
- Precios entre 15.000 y 50.000
- Servicio a domicilio.

2.6 ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN Y DE DISTRIBUCIÓN

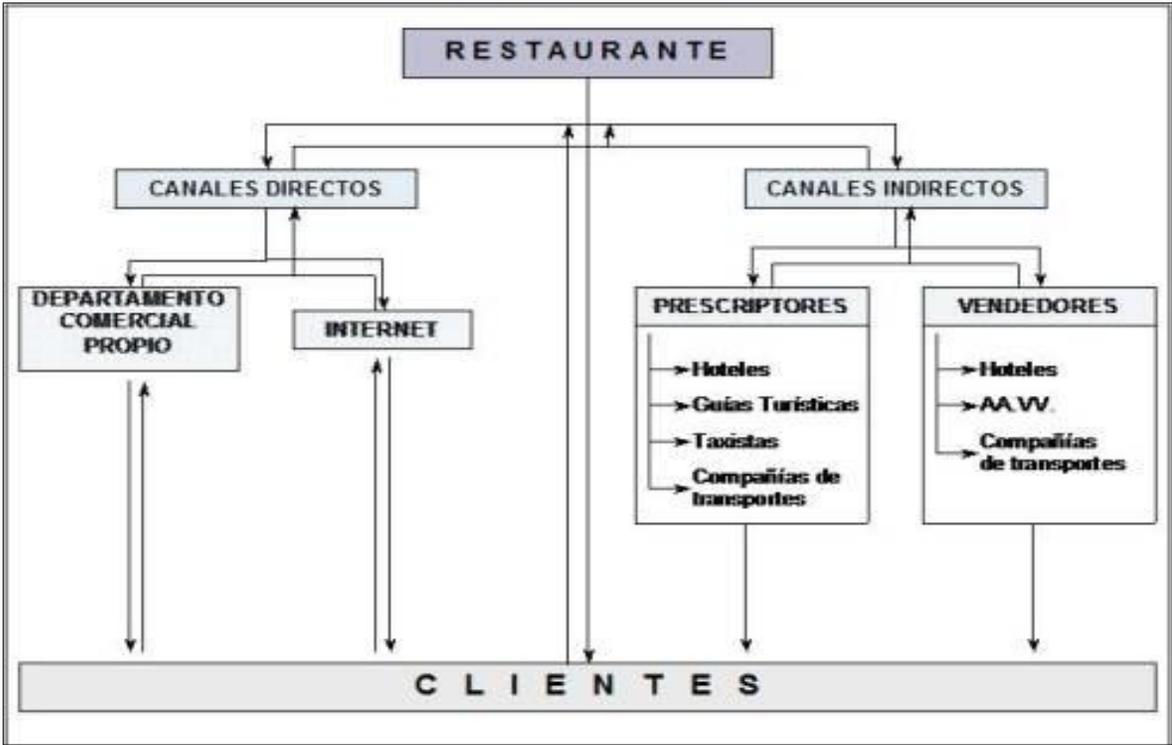
Los canales de comercialización permiten establecer las formas más efectivas para dar a conocer el producto y servicios al usuario final. Son tres los elementos que integran un canal de distribución:

- 1) El fabricante de un producto o servicio.
- 2) el cliente final, consumidor o usuario de ese producto o servicio.
- 3) los intermediarios que puedan ser mayoristas o detallistas.

Como se puede observar el canal más utilizado por los restaurantes actualmente es la comercialización directa al cliente donde le permite conocer sus necesidades e inquietudes y se da a conocer el portafolio de servicios donde el consumidor requiere atención sin intermediarios.

Directo : Fabricante ----- Consumidor

Figura 12. Canales de distribución para restaurante



Ventajas:

- El servicio es ofrecido directamente al cliente, con calidad y cumplimiento para tener clientes satisfechos y estos atraigan nuevos clientes en el futuro.
- Facilita el contacto directo entre la empresa y el cliente, con la posibilidad de tener en cuenta sus sugerencias, quejas o reclamos.
- los restaurantes tipo buffet manejan su distribución directa de forma exclusiva.
- Adaptación a los cambios del mercado o del servicio
- El producto tiene control de la condición y el precio del servicio.

Desventajas:

- los restaurantes por su forma de atención directa y exclusiva el mercado demandante es más exigente en cuanto a la calidad de los productos y servicios que se ofrece.
- El **Restaurante Buffet Natural Food** ofrecerá un servicio de calidad y atención en el canal de comercialización directo al consumidor que de una forma exclusiva disfrutaran de menús variados, balanceados y con óptima calidad de la materia prima.

2.7 ESTRATEGIA PARA FIJACIÓN DE PRECIOS

Precio: Este elemento es central, una vez definido el producto a ofrecer en el restaurante es importante dar a conocer su valor al público. Aunque no fue fácil de definir el precio, realizando el análisis de la información útil, la experiencia de la competencia atendiendo su consejo de expertos que el consumidor percibe los precios con números impares como más económicos, por ejemplo: \$25.999; mientras que, los valores redondeados, transmiten calidad premium, por ejemplo: \$26.000. Estimando que los restaurantes tipo buffet de la ciudad de Bucaramanga ofrecen su servicio por un valor que está dentro del rango de precio de los \$15.000 y \$50.000.

El restaurante de comida saludable el **Restaurante Buffet Natural Food** ofrecerá un servicio con calidad, buscando imponer marca, se fijarán los precios basados en los costos totales más una utilidad marginal esperada para la empresa, y tomando como base algunos de los precios de otros restaurantes tipo buffet con el fin de que esta logre penetrar al mercado y que logre ser viable para el mercado objetivo.

2.8 RELACIONAMIENTO CON LOS CLIENTES

- **Producto:** Aprovechando la oportunidad para destacar imágenes, videos y reseñas del negocio en el sitio web. Poder ofrecer una variedad de platos y bebidas, también recrear la experiencia alrededor del concepto, la decoración, la atención e incluso la ambientación logrando que el lugar sea único y llamativo tanto para los clientes que ya conocen, como para aquellos que puedan descubrirlo a través de la publicidad.
- **Punto de Venta:** Teniendo en cuenta el poder que ejercen las redes sociales al momento de consultar y tomar decisiones de compra y utilizando la estrategia de marketing conocida como SEO local, logrando realizar el posicionamiento de la marca del restaurante, con herramientas de búsqueda de ubicaciones como: Google Maps o Waze, otras características del producto y servicio.²³
- **Posicionamiento página web:** *Google my business* permitirá verificar gratuitamente el negocio ayudando a aumentar la presencia online del restaurante vinculándolo con la dirección física. logrando un buen enfoque en los buscadores para conocer a los posibles clientes, lo que buscan y en cierta medida, como lo buscan para posicionarse.²⁴

2.8.1 Estrategias de comunicación

²³ INSTITUCIONAL COLOMBIA Gastromarketing [en línea] disponible en: <https://www.institucionalcolombia.com/gastromarketing/>

²⁴ INSTITUCIONAL COLOMBIA Ecosistema digital, ¿por qué es necesaria una página web para su restaurante? [en línea] disponible en: <https://www.institucionalcolombia.com/gastromarketing/ecosistema-digital-y-pagina-web-para-restaurantes/>

- **Emblema**

El restaurante se identifica en el mercado del área metropolitana con el nombre **Restaurante Buffet Natural Food** haciendo apología a cocina natural con calidad y sabor. Este logotipo está compuesto por dos manos y en ellas unas hortalizas que nos representan los alimentos saludables que debemos consumir.

Los colores de uso institucional serán el verde y blanco que simboliza la conexión que logra la naturaleza con la paz interior de cada ser que se esfuerza por tener buenos hábitos y estilos de vida saludables, amarillo y naranja porque identifica al campo el cual nos suministra la mayor variedad en alimentos para llevar una dieta balanceada.

Figura 13. Emblema



- **Eslogan**

Lo Natural es Salud y Bienestar, Aliméntate bien

La idea es marcar el comienzo de una nueva cultura concientizando a la sociedad de mantener una buena alimentación y que de ello depende la calidad de nuestra vida.

2.8.2 Presupuesto de comunicación. Al analizar el plan de medios a utilizar y teniendo en cuenta los que se emplean actualmente al momento de lanzar un nuevo producto al mercado, como es: la radio, volantes, redes sociales, el periódico, carro vayas, TV, y la audiencia a la queremos llegar con la campaña publicitaria.

Objeto:

- Llegar a la comunidad en general de las 17 comunas de la ciudad.
- Medir la frecuencia de los mensajes, identificar los horarios que logren impactar a la comunidad.
- Seleccionar y combinar los medios publicitarios se emplearán
- Divulgar la creación del restaurante Natural Food, así como los servicios que se ofrecerá y sus atributos diferenciadores en comparación con la competencia existente.

Los medios seleccionados para lanzamiento del restaurante y la audiencia a la que se quiere llegar para lograr el cubrimiento geográfico se consideran por la aplicación de la encuesta en el análisis de estudio de Investigación de mercados.

Cuadro 17. Presupuesto de comunicación

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Pauta Publicitaria Digital	\$ 3.649.614	\$ 43.795.368
Mencion comercial canal TRO 7-10 PM	\$ 995.799	\$ 11.949.588
Pauta Radiales 9-11 AM	\$ 1.400.000	\$ 16.800.000
Pauta en Vanguardia liberal -digital	\$ 900.000	\$ 10.800.000
Volantes media carta full color	\$ 210.000	\$ 2.520.000
TOTAL	\$ 7.155.413	\$ 85.864.956

2.8.2.1 Presupuesto de lanzamiento

- **Publicidad de lanzamiento.**

Tiene como objetivo iniciar las actividades comerciales con los clientes y dar a conocer la imagen corporativa del restaurante. Con un enfoque hacia el mercado al cual está dirigido en este caso a la comunidad en general de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, con el fin de informar la apertura y que deseen adquirir los productos.

En la publicidad de lanzamiento se tendrá en cuenta lo siguiente:

- Se realizará la transmisión de una pauta radial en la emisora más escuchada en la ciudad como es Olímpica estéreo, Tropicana, Radio Uno (20 días antes de la apertura) según ranking de plan de las emisoras más sonadas.²⁵
- Pauta en vanguardia liberal 4 veces al mes publicado el domingo
- Colocar anuncio del restaurante en las páginas amarillas virtuales
- Ubicar en un lugar estratégico vaya publicaría con anuncio de apertura
- Construcción y diseño del dominio del espacio en la Página Web.

Restaurante Buffet Natural Food realizará en dos etapas: La de *lanzamiento* antes de abrir las puertas del restaurante al público en general y de *operación* una vez el restaurante de inicio a sus labores.

Cuadro 18. Presupuesto De Lanzamiento

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR
Degustaciones	580	\$ 2.800	\$ 1.624.000
perifoneo y sonido por 4 hrs	4	\$ 80.000	\$ 320.000
Tabla de Quesos	3	\$ 120.000	\$ 360.000
Botella de Champana	12	\$ 18.800	\$ 225.600

²⁵ TURADIOVIBRA Resultados ECAR Colombia [en línea] 2023 disponible en: <https://turadiovibra.com/resultados-ecar-colombia-i-2023/>

Manteleria cubiertos y centros de mesa	8	\$ 2.500	\$ 20.000
Alquiler sillas de coctel	48	\$ 12.000	\$ 576.000
Alquiler de mesa redonda 8 puestos	6	\$ 18.000	\$ 108.000
Alquiler de Copas de vidrio	48	\$ 3.600	\$ 172.800
Servicio de Mesero	2	\$ 60.000	\$ 120.000
TOTAL			\$ 3.526.400

2.8.2.2. Presupuesto de operación. Estas actividades se llevarán a cabo 20 días antes al lanzamiento y apertura del restaurante.

Publicidad de operación.

Permitirá informar a la comunidad la apertura del **Restaurante Buffet Natural Food**, en alimentos saludables, posesionar su marca, con un nivel e innovador constante en la imagen, para lograr el objetivo de posicionamiento en el mercado.

Cuadro 19. Presupuesto Publicidad De Operación

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Pauta Publicitaria Digital	\$ 3.649.614	\$ 43.795.368
Mencion comercial canal TRO 7-10 PM	\$ 995.799	\$ 11.949.588
Pauta Radiales 9-11 AM	\$ 1.400.000	\$ 16.800.000
Pauta en Vanguardia liberal -digital	\$ 900.000	\$ 10.800.000
Volantes media carta full color	\$ 210.000	\$ 2.520.000
TOTAL	\$ 7.155.413	\$ 85.864.956

2.9 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADOS

La investigación de mercado con los resultados de las encuestas aplicadas a la población objeto de estudios, demuestra que el proyecto es viable, en la medida en que la información recaudada determinó las posibilidades de factibilidad del mismo en lo que respecta a la enorme necesidad de la comida saludable entre los residentes de la

ciudad a partir del surgimiento de esta nueva cultura gastronómica de restaurantes saludables.

Además, las personas se han hecho conscientes de la necesidad de cuidar su alimentación, por lo cual los restaurantes de comida saludable son últimamente una excelente alternativa para la salud y nutrición. A su vez, los beneficios de su realización son variados, los costos proyectados no son altos y hay una oferta insatisfecha o lo que es igual, no existe una oferta significativa de restaurantes de comida saludable en este sector de cabecera lo que se conoció gracias a las encuestas aplicadas y tabuladas. Así las cosas, el restaurante de comida saludable no entraría a competir, sino que ingresaría como un nuevo concepto gastronómico en este lugar de la ciudad, lo que podría significar una garantía de éxito.

Adicional a lo anterior, se encontró que existe un mercado potencial numeroso que permitiría recuperar la inversión inicial en un tiempo estimado en cinco años. De igual manera, se identificó como precio promedio a cancelar por cada plato la suma de quince mil pesos (\$15.000), de los cuales está dispuesto a pagar el 37% de los encuestados, esto garantiza un buen precio de apertura con una proyección de aumento gradual al IPC anual, y en la medida que logre posicionamiento la marca y los consumidores valoren la calidad del producto.

Una vez realizado el estudio de mercados se perfecciona: Restaurante Buffet Natural Food desde el punto de vista del mercado objetivo tiene un nivel de aceptación el 80%, de las personas encuestas les gustaría que existiera este tipo de restaurante en la ciudad de Bucaramanga.

- El canal de comercialización más adecuado para este tipo de servicio es del directo ya que permite la reducción de costos y un mejor control en la oferta.
- Las estrategias de precios se fijan basados en un margen de ganancias para el Restaurante Buffet Natural Food sin tener que fijarlo basado en la competencia.

- Con base en la información obtenida en el presente estudio se determina la viabilidad comercial del proyecto Restaurante Buffet Natural Food.

3. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico es una herramienta importante para la toma de decisiones y se hace necesario para seguir adelante con los futuros estudios, en esta etapa se busca determinar aspectos claves como: ¿en qué lugar ubicar el restaurante?, ¿en dónde obtener las materias primas necesarias?, ¿qué mobiliario y que personal se requiere para desarrollar el proyecto?, la distribución de planta adecuada y a logística de distribución.

3.1 TIPO DE PROYECTO

El tamaño del proyecto mide la relación de la capacidad productiva durante un tiempo establecido, con las características y normas correspondientes a cada tipo de empresa de producción de alimentos, por lo cual se analizará el tamaño indicado de la planta para la producción del restaurante.

Este aspecto se encuentra ligado a la capacidad que existe entre atender a la demanda, así como la de manejar recursos y la infraestructura de la manera más adecuada que permita obtener la rentabilidad que espera, el tamaño del proyecto se estima en número de servicios prestados.

Los cuales deben ir dirigidos a cubrir el mercado objetivo del **Restaurante Buffet Natural Food**.

- **Capacidad financiera:** Esta variable es considerada de gran importancia puesto que de ella depende la cobertura y puesta en marcha para llevar a cabo el proyecto. Este factor determina la adquisición de equipos, muebles y de más recursos; ya que según con la disponibilidad económica con que se cuente se pueden adquirir artículos que adecuen al presupuesto. La disponibilidad de recursos para ejecutar el

proyecto plantea la necesidad de recurrir a líneas de financiamiento que ofrecen las entidades financieras, este factor no será condicionante del tamaño.

- **Tamaño del mercado:** Es un factor importante pues es el que determina el volumen de las ventas. De acuerdo con el estudio de mercados un 100% de los encuestados están dispuestos en probar y adquirir los servicios del restaurante saludable tipo buffet. Lo cual no condiciona el tamaño del proyecto.

3.1.1 Factores que determinan el tamaño del proyecto. Los siguientes factores influyentes en el tamaño del proyecto: capacidad financiera, tamaño del mercado, demanda, disponibilidad del recurso humano, disponibilidad de materiales e insumos, capacidad administrativa y tecnológica, impacto ambiental, localización y disponibilidad de recursos propios y de terceros

- **Demanda:** Es importante conocer con claridad el comportamiento del consumidor, para determinar si el producto es estacional o si sus ventas son permanentes y no están sujetas a ciclos ya que esto obligaría a proveer periodo de trabajo ocioso y a medir adecuadamente los insumos y demás recursos necesarios que afectan el flujo de caja. Se observa en el mercado una demanda permanente del producto.
- **Capacidad Administrativa:** Es preciso tener en cuenta la aplicación de los conocimientos administrativos que permitan el crecimiento de la empresa en estructura personal, ambiental y tecnológica.
- **Disponibilidad de recurso humano:** Por ser una empresa de servicio, es indispensable encontrar mano de obra calificada con enfoque hacia la satisfacción de las necesidades del cliente y del mejoramiento continuo. Actualmente en el medio se encuentra gran disponibilidad de mano de obra, por lo cual este factor no condiciona el tamaño del proyecto. El recurso humano que requiere Natural Food para su buen funcionamiento debe ser un personal capacitado en esta labor con disponibilidad inmediata.
- **Tecnología y equipos:** Con la apertura económica del TLC y la globalización de la economía la tecnología deja de ser un factor condicionante para cualquier tipo de proyecto, para el caso particular de esta planta de producción se contará con equipos

y demás elementos que se encuentran en el sector, con el crecimiento económico de la empresa se piensa adquirir tecnología del extranjero para disminuir costos de producción.

- **Insumos y suministros:** los suministros y materias primas requeridas para el desarrollo de las actividades propias de restaurante, no presentan limitantes en su consecución, debido a que en Bucaramanga se encuentran comercios con la disponibilidad de suministrar lo requerido.

Se considera algunos insumos y suministros:

- **Materia prima:** La materia prima que se requiere frutas, verduras, condimentos, carnes blancas y rojas, huevos lácteos, esencias, salsas.
- **Insumos:** Los insumos como la vajilla, utensilios de cocina. maquinaria, equipos, empaques tarros y vasos.

3.2 DESARROLLO OPERATIVO DEL PROYECTO

Determinar el tamaño óptimo de la planta es fundamental en el estudio de nuestro proyecto, se debe tener en cuenta que en estos cálculos se tendrá presente los turnos de los trabajadores, las personas a cargo de la producción directa ya que estos turnos varían según el número que se maneje y las personas que de una forma directa o indirecta influyan en este desarrollo. La capacidad del tamaño del proyecto se medirá en el número de platos ofertados por **Restaurante Buffet Natural Food**.

3.2.1 Ficha técnica del producto mínimo viable

Cuadro 20. Ficha tecnica del servicio de restaurante

FICHA TECNICA DEL SERVICIO DE RESTAURANTE	
DESCRIPCION GENERAL DEL SERVICIO	El servicio es restaurante buffet, la idea inicial es inducir a los clientes a una tendencia de comida saludable y creada desde la asesoría nutricional, Restaurante Buffet Natural Food, quiere marcar la iniciativa en la preparación de su comida, el recetario diario, la forma de ordenar su pedido y hacer reserva al lugar, innovando en el servicio al querer ser el primer restaurante donde se eliminarán las filas de ingreso y el tiempo de espera en que le preparen y sirvan el plato buscando la posibilidad de que nuestros productos se acomoden no solo al bolsillo de los clientes, si no a sus gustos y necesidades nutricionales; todo ello con la ayuda de la tecnología y el software ERP que se utilice para la automatización de los procesos de producción de los alimentos y el servicio de facturación, reservas, entregas a domicilio etc.
DENOMINACION DEL SERVICIO	Servicio de Restaurante de comida saludable tipo buffet
DENOMINACION TECNICA DEL SERVICIO	Venta menus saludables
UNIDAD DE MEDIDA	porciones, Menus
USUARIOS	Comensales que ingresen al establecimiento, dicidan tomar su pedido
JEFE INMEDIATO DEL SERVICIO	Gerente
RESPONSABLE	Mesero
REQUISITOS DE OPORTUNIDAD	Tiempo de entrega, según políticas aplicadas del restaurante
CONTROL DE CALIDAD	Sistema PQR, Buzon sugerencias, reseña en pagina web
HORARIOS DE SERVICIO	De lunes a Sabado de 11:00 Am - 03:00 Pm

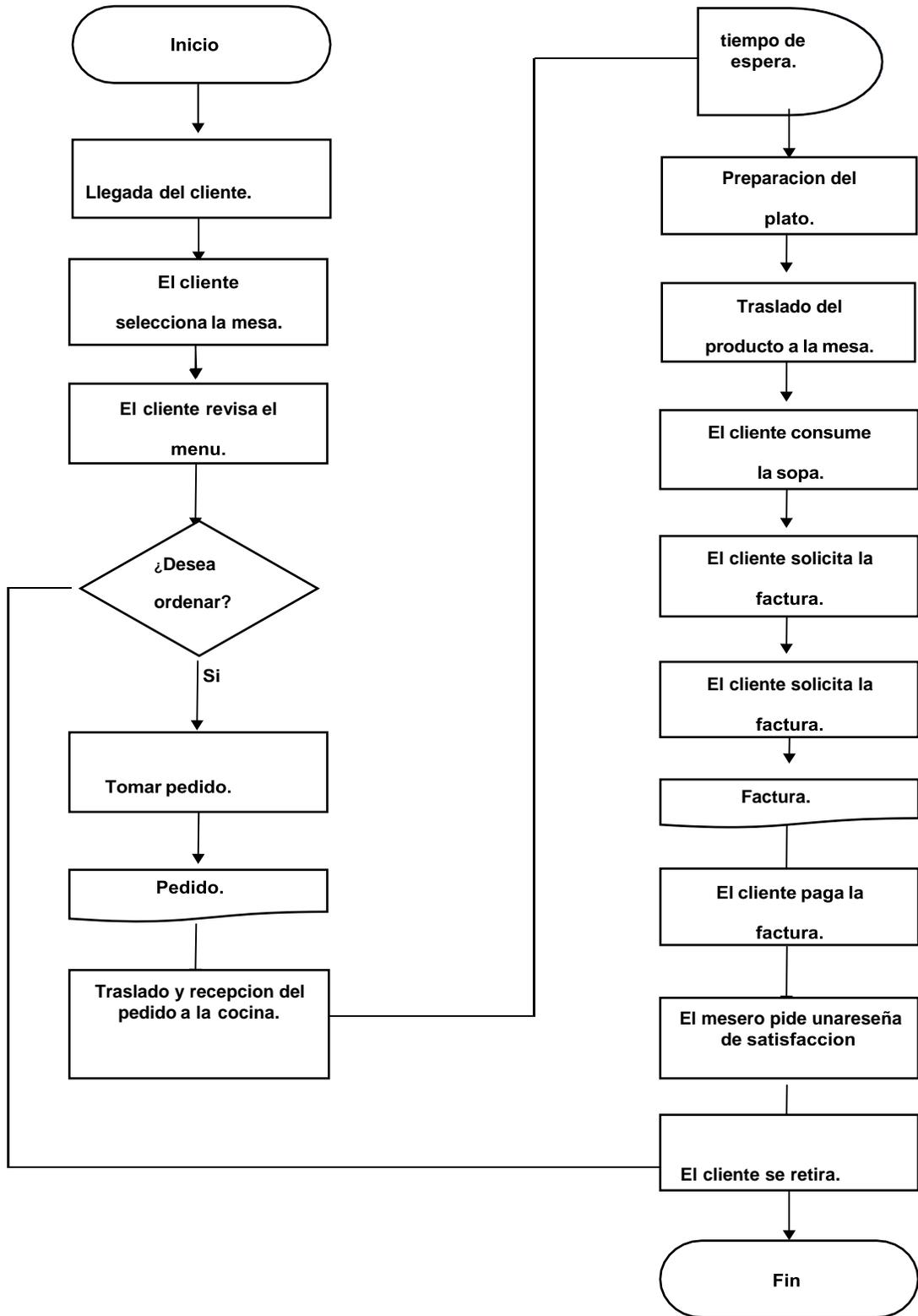
FICHA TECNICA DEL SERVICIO DE RESTAURANTE	
FORMAS DE PAGO	Contado
MEDIOS DE PAGO	Efectivo, tarjeta credito, Tarjeta debit, Nequi

3.2.2 Descripción y Diagrama de actividades

- **Llegada:** cliente llega al establecimiento
- **Recepción Del Cliente:** Se realiza la recepción y la acogida al cliente, posterior se le indicaran las mesas que se encuentran disponibles.
- **Sección de la mesa:** el cliente se acercará a la mesa elegida, una vez sentados se le facilitará cartas del menú
- **Revisión del menú:** el cliente procederá a revisar la variedad de menús en el cual tomará la opción del menú.
- **Toma del pedido:** seguidamente el mesero se acercará a la mesa, y tomará el pedido a través de un grupo de red en el cual está incluido y los encargados de la cocina y al encargado de la caja y facturación.
- **Recepción del pedido en la cocina:** el jefe de cocina esta atento a su pantalla en el cual recibe la notificación, alista los ingredientes para el menú.
- **Preparación del Plato:** el jefe de cocina procede a elaborar los alimentos solicitados con los mejores estándares de calidad, una vez elaborado el menú, le notificara al mesero a través de la red para la entrega al cliente en la mesa solicitada
- **Tiempo de Espera:** durante el tiempo de espera del cliente, se le hace entrega de cubiertos, bebidas y aderezos
- **Traslado del plato a la mesa:** el mesero recibe el menú, revisa la presentación y confirma que se lo solicitado por el cliente.
- **Retirar el Servicio:** una vez el cliente hayan terminado de comer, el mesero procede a recoger los paltos de forma rápida
- **Solicitud y Entrega de Factura:** por solicitud del cliente se le entrega la cuenta

- **Cancelación de la factura:** el cliente realiza la cancelación de la factura al mesero dependiendo del medio de pago, así como también de tomar un protocolo de encuesta para la calificación del servicio
- **Reseña de satisfacción:** el mesero amablemente le pide al favor que le indique su nivel de satisfacción a través de un instrumento de medición determinado
- **Salida del cliente:** se despide al cliente y se le agradece su visita

Figura 14. Diagrama de actividades



3.2.3 Características del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST).

Es un conjunto de elementos interrelacionados que una empresa debe establecer y mantener con el objetivo de controlar y gestionar los riesgos laborales, promover la seguridad y la salud de sus trabajadores, y cumplir con las normativas y regulaciones de seguridad laboral, aplica para empresas de 10 empleados en adelante.

A continuación, se describen algunas de las características clave de un SG-SST:

- **Enfoque preventivo:** El SG-SST se centra en la prevención de accidentes laborales, enfermedades ocupacionales y otros riesgos para la seguridad y salud de los trabajadores. El enfoque es proactivo en lugar de reactivo.
- **Cumplimiento normativo:** El SG-SST debe cumplir con las regulaciones y leyes laborales y de seguridad en el lugar de trabajo vigentes en el país donde opera la organización.
- **Participación de los trabajadores:** Los trabajadores deben participar activamente en la identificación de riesgos, la implementación de medidas de seguridad y la promoción de la cultura de seguridad en el lugar de trabajo.
- **Identificación y evaluación de riesgos:** Se deben identificar y evaluar todos los riesgos potenciales relacionados con el trabajo y la seguridad de los empleados. Esto implica la realización de evaluaciones de riesgos y la adopción de medidas para reducir o eliminar dichos riesgos.
- **Planificación y programación:** El SG-SST implica la planificación de acciones y programas específicos para garantizar la seguridad y salud en el trabajo. Esto incluye la definición de objetivos, metas y actividades a realizar.
- **Formación y capacitación:** Se debe proporcionar formación y capacitación adecuada a los trabajadores para que estén al tanto de los riesgos y sepan cómo actuar de manera segura en el entorno laboral.
- **Documentación y registro:** Es esencial mantener registros y documentación de todas las actividades relacionadas con la seguridad y salud en el trabajo, incluyendo la evaluación de riesgos, incidentes, capacitación y programas implementados.

- Supervisión y seguimiento: Se deben establecer sistemas de supervisión y seguimiento para garantizar que las medidas de seguridad se implementen correctamente y se mantengan con el tiempo.
- Mejora continua: El SG-SST promueve la mejora continua de las condiciones de seguridad y salud en el trabajo a través de la revisión y actualización periódica de políticas, procedimientos y programas.
- Comunicación interna y externa: La organización debe comunicar de manera efectiva las políticas de seguridad y salud en el trabajo a todos los niveles de la empresa y a partes interesadas externas cuando corresponda.
- Responsabilidad y liderazgo: La alta dirección de la organización debe asumir un papel activo en la promoción de la seguridad y salud en el trabajo, demostrando liderazgo y compromiso con estos aspectos.
- Cultura de seguridad: Fomentar una cultura de seguridad en la organización es esencial para que el SG-SST sea efectivo. Esto implica que la seguridad y la salud se consideren una parte integral de la operación y la toma de decisiones de la empresa.

3.2.4 Análisis Ambiental. Este análisis se realiza con el propósito de comprender mejor el entorno ambiental y tomar decisiones informadas para minimizar los impactos negativos y promover prácticas sostenibles

La evaluación del impacto ambiental tendrá un valor de \$1.200.000 para un presupuesto anual de \$12.000.000 este valor se obtuvo con la ayuda de un profesional en el área HSEQ, cotización realizada por medio telefónico.

3.2.5 Recursos Clave. El personal requerido por el **Restaurante Buffet Natural Food**, en el proceso del reclutamiento y selección, se tendrá en cuenta sus conocimientos, habilidades, Destrezas y experiencia exigidos en el proceso productivo donde se tendrá en cuenta a los candidatos que cumplen con el perfil, siendo seleccionados. Dependiendo del cargo y las funciones a desempeñar recibirán capacitación por el jefe

del departamento o área. La remuneración es de acuerdo al cargo a desempeñar, esta se pagaría mensual. Tendrá con un personal calificado para brindar una excelente atención a los clientes, ofreciendo las diversas opciones de menús a los consumidores.

Cuadro 21. Talento Humano.

CARGO	AREA	CANTIDAD
GERENTE	Administrativa/comercial	1
SERVICIOS VARIOS	Administrativa/comercial	1
JEFE COCINA	Produccion	1
AUXILIAR DE COCINA	Produccion	2
MESERO	Comercial	2
CONTADOR	Contabilidad	1
Total		8

Mano de obra directa: Está conformado por el jefe, cocina y auxiliar de cocina

Cuadro 22. Mano de obra directa

CARGO	PERFIL	N.º DE PUESTOS
Jefe Cocina	Culinaria	1
Auxiliares	Culinaria	2
Total		3

Mano de obra indirecta: Está conformado por Auxiliares mesa, gerente, contador, servicios varios

Cuadro 23. Mano de obra Indirecta

CARGO	PERFIL	N.º DE PUESTOS
Gerente	Administracion	1
Auxiliar Varios		1
Contador	Contabilidad	1
Total		3

Nómina de administración y ventas

Cuadro 24. Mano de obra Nomina Administracion y ventas

CARGO	PERFIL	N.º DE PUESTOS
Meseros	Servicio al cliente	2
Total		2

3.2.6 Infraestructura. A continuación, se detallan los recursos físicos necesarios para completar el proyecto; como muebles y equipos de comunicación, muebles y equipos de preparación de alimentos en el restaurante, así como menajes y utensilios propios de cocina y mesa.

Cuadro 25. Equipo de oficina

Activo	Cantidad	especificaciones generales
Aire Acondicionado	2	Minisplit On/off 24000 Btu 220 V
Televisor Caixun 32"	2	Hd Smart Led Google Tv c32vbhg
Impresora Tickets	1	(nueva Epsos T-210)
Ups Led	1	2000va 1200w 8 tomas
Impresora	1	multifuncional 4280 con big color
Cajón Monedero	1	350mm Riel Met Tps 35
Lector Codigos de barras	1	Zebra base para descargar
Sillas de escritorio	2	ergonomicas con rodanchines
Escritorio grande	1	Dimensiones:170,4x72,5x75 cm
Archivador	1	3 cajones

Cuadro 26. Equipo de Computacion y Comunicaciones

Activo	Cantidad	especificaciones generales
Computador pantalla LED 21"	1	Disco duro 240 GB SSD estado solido, Windows 11 PRO corporativo licenciado
Computador Portatil	1	Core I5 RAM 16 GB Disco SSD 512 gb
Equipo de Celular	2	doble sim card Memoria 64gb, android12
Telefono	1	Inalámbrico Panasonic

Cuadro 27. Maquinaria y Equipo

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES
Congelador	1	Vitrina vertical
Nevera	1	12 pies
Estufa a gas	1	industrial de 4 quemadores grandes y 4 quemadores medianos
Dispensador	1	Botellon de agua de 20 lts
Mesa rentangular	20	90x60 de 4 puestos
Licuada Industrial	2	Jarra en vidrio de 5 Velocidad 2 litros
Exprimidor electrico	1	con capacidad de 1 Lt
Olla arrocera	1	electronica con capacidad de hasta 5 lt
Olla a presion	1	6 litros
Asador industrial	1	con capacidad de 4 quemadores
Freidora	1	industrial electronica
Picatodo	1	procesador de 2 velocidades
Horno	1	de uso diario industrial

Cuadro 28. Muebles y enseres operativos o de producción

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES
Archivador	1	madera de 4 gavetas
Escritorio	1	madera con 3 gavetas auxiliares
Silla	1	Ergonómica Cajero
Mesa metalica	1	acero inoxidable para preparacion alimentos
Bateria de ollas	1	5 piezas en aluminio
Sarten	3	Aluminio de 20 cm
Samovares - Buffett	3	ovalado en acero inox
Refractarias	2	en vidrio para horno
Juego de Calderos	1	en aluminio de 16 lt 32 cm
Juego de cuchillos	1	carne, pan, y frutas 10 piezas
Juego de coladores	1	7, 14 y 20 cm
Juego de cubiertos	240	cucharas, cubiertos, cuchillo de mesa, cucharillas
Juego de vajilla en porcelana	80	de color blanco
vasos lisos	80	en cristal
portacubiertos	1	en acero inox
Set de jarras y vasos	20	set x 6 vasos vidrio

botiquin clasico termico	1	353 ml
servilletero	20	Totalmente de acero inoxidable,

Cuadro 29. Herramientas, repuestos y accesorios

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES
Kit de Herramientas	1	destornillador, marillo, etc
extintor multipropósitos (10Libras)	2	todo en uno - sokaflam
Taladro	1	aladro-percutor-1-2-pulg-770w
Escalera de Tijera	1	102 kl de resistencia

3.2.7 Materiales, insumos o mercancías. Los insumos que se mencionan pertenecen a un menú de ensalada tipo cesar, como referencia para el desarrollo del proyecto.

Cuadro 30. Materiales directos, insumos o mercancía para la venta

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD POR UNIDAD	CANTIDAD AÑO 1
Pechuga de Pollo	Kilogramos	0,0200	299
Picatoste de pan frito	Kilogramos	0,0020	30
Lechuga	Kilogramos	0,0250	374
Aceitunas	Kilogramos	0,0167	249
Ajo	Kilogramos	0,0017	25
Limon	Canastilla 25 Kg	0,0013	125
Anchola de Pescado	Kilogramos	0,0350	524
Queso italiano	Kilogramos	0,0500	748
Quinoa	Bulto x 50 Kg	0,0020	30
Huevos	Unidad	0,0100	150

Cuadro 31. Materiales indirectos

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD POR UNIDAD	CANTIDAD AÑO 1
Aceites	Garrafa x 20 Lts	0,0125	187
Sal	Kilogramos	0,0020	30
Pimienta	Kilogramos	0,0040	60
Ajo	Kilogramos	0,0020	30

3.2.8 Distribución de planta.

El Restaurante Buffet Natural Food, contará con un área aproximada de 260 M2 metros cuadrados

Figura 15. Plano distribución planta piso 1°
Restaurante Buffet Natural Food

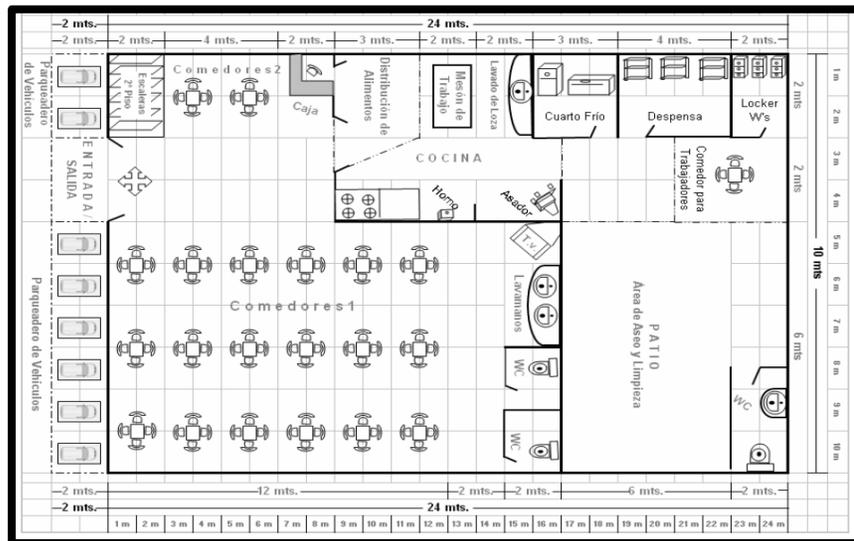
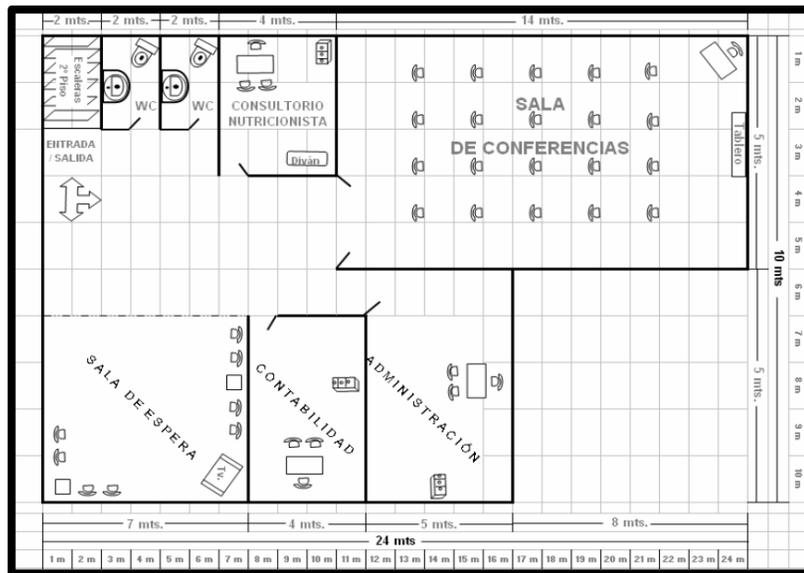


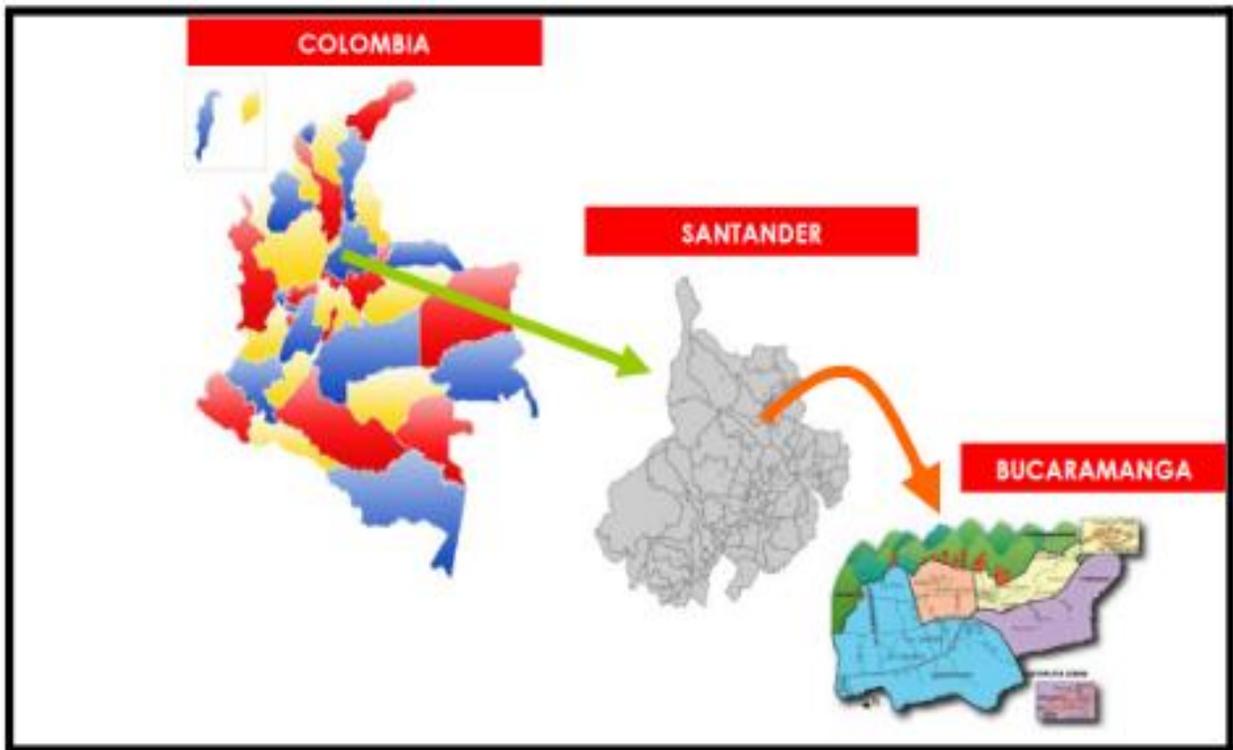
Figura 16. Plano distribución planta piso 2°



3.2.9 Localización. El **Restaurante Buffet Natural Food**, está dada principalmente por su ubicación estratégica en la cabecera principal de la ciudad, teniendo en cuenta factores tales como: el ordenamiento territorial, la presencia de actividad empresarial en la zona, el canon de arrendamiento, la infraestructura, las vías y accesos de comunicación, entre otros factores.

3.2.9.1 Macro localización. El Restaurante Buffet Natural Food se ubicará en el país de Colombia, departamento de Santander, ciudad de Bucaramanga, tal como lo muestra la figura.

Figura 17. Macro localización Restaurante Natural Food



3.2.9.2 Micro localización. Con el fin de establecer el sitio adecuado para el funcionamiento del restaurante Natural Food, es necesario adquirir en arriendo un inmueble con el área e infraestructura requerida para la prestación del servicio de alimentación, que favorezca a la empresa respecto al canon de arrendamiento, la disponibilidad de servicios de transporte, la infraestructura, el impacto social y sobre todo la presencia de actividad empresarial en la zona.

Incluye gran diversidad de usos comerciales que se presentan generalmente en las siguientes formas:

- En adecuaciones totales o parciales de edificaciones originalmente residenciales, pero incluyendo su infraestructura de parqueaderos.
- En establecimientos especializados para el uso comercial ubicados en primeros pisos de edificaciones residenciales o en manzanas o centros comerciales de las

urbanizaciones y edificaciones especializadas para el uso comercial con venta de bienes en los primeros pisos y venta de servicios en los pisos superiores

- Por sus características generales se considera un comercio de impacto moderado sobre la estructura urbana, no compatible con varias zonas o sectores donde la vivienda sea el uso principal. Puede presentarse mezclado con todos los restaurantes sus principales y en las diferentes áreas de actividad, con la excepción ya citada.

El comercio de cobertura zonal clase 1 presenta las siguientes características:
Venta especializada de bienes al detal que requieren vitrinas de exhibición zonas de bodegaje.

- Actividades mercantiles de venta de servicios.
- Se presenta en adecuaciones totales de edificaciones originalmente residenciales que incluya la infraestructura de parqueaderos.
- Se presenta en establecimientos especializados para el uso comercial ubicados en primeros pisos de edificaciones residenciales o en manzanas o centros comerciales de las urbanizaciones y edificaciones especializadas para el uso comercial con venta de bienes en los primeros pisos y venta de servicios en los pisos superiores.
- Requiere de zonas de estacionamiento para empleados y visitantes que acceden en una gran proporción en forma vehicular y tienen una permanencia mediana o prolongada en los establecimientos.
- Tiene horarios laborales y de atención al público diurnos y nocturnos.
- Todas las activadas inherentes del uso y aquellas complementarias a este se desarrollarán al interior del predio.

De acuerdo con el decreto N° 089 DE JUNIO DE 2004 emitido por la alcaldía de Bucaramanga, por el cual se copilan los acuerdos 034 DE 2000, 018 DE 2002 y 046 de 2003 que conforman el plan de ordenamiento territorial del municipio de Bucaramanga, el servicio ofrecido por el **Restaurante Buffet Natural Food** se encuentra clasificado así:

Código: H552100

Descripción: Expendio a la mesa de comidas preparadas en restaurantes.

Sector: Urbano

Uso Específico: CZG1 Comercio zona grupo 1

Cuadro 32. Alternativas de ubicación Restaurante Buffet Natural Food

Dirección: Centro Comercial Cuarta etapa		
Especificaciones:		
	Tipo	Centro de negocios comerciales
	Destino	Comercio
	Estrato	Servicios Comercio
	Canon	\$ 7.300.000

Dirección: Calle 38 N° 32-067 Barrio el Prado Alrededores de Megamall		
Especificaciones:		
	Tipo	Bodega de un piso
	Destino	Comercio
	Estrato	Servicio comercio
	Canon	\$ 6.500.000

Dirección: Carrera 33 con calle 45 alrededores del parque San Pio		
Especificaciones:		
	Tipo	Casa de dos pisos
	Destino	Comercial
	Estrato	4
	Canon	\$ 4.300.000

Para elegir la mejor opción de ubicación para **Restaurante Buffet Natural Food** se tendrán en cuenta los siguientes factores:

- **Acceso y vías de transporte:** Es importante tener en cuenta que el sitio que se escoja cuente con vías adecuadas para el transporte, así como la posibilidad de parqueo.
- **Costo de arrendamiento:** Identificar la mejor opción de costo que cuente con espacios pertinentes para el funcionamiento de las diferentes áreas que conforman el restaurante.
- **Costo servicios públicos:** Se debe valorar el costo de los servicios públicos básicos, tales como, acueducto, alcantarillado, energía, gas y teléfono en proporción a la estratificación del terreno.
- **Impacto social:** Se debe evaluar el impacto que puede ocasionar en la comunidad en la cual se va a situar el restaurante saludable si es una zona comercial o netamente residencial.
- **Infraestructura:** Evaluar el conjunto arquitectónico que sirva como base y soporte para el buen desarrollo de la actividad.
- **Presencia de actividad empresarial:** Evaluar el sector si existen empresas que permitan la captación masiva de clientes conformados por empresarios, empleados.

A cada factor se le asignará un puntaje con el cual se podrá hacer una ponderación y así realizar una calificación individual de cada inmueble.

Cuadro 33. Factores de micro localización

Factor	Ponderación
Acceso y vías de transporte	15%
Costo de arrendamiento del inmueble	20%
Costo de servicios públicos	20%
Impacto social	10%
Infraestructura disponible	15%

Presencia de actividades empresariales	20%
Total	100%

Cuadro 34. Evaluación de factores micro localización

Factor	Puntaje
Acceso y vías de transporte	Puntos
Buena: vías de acceso pavimentadas, numerosas rutas de transporte	3
Regular: vía de acceso buenas, algunas rutas de transporte	2
Malo: Una sola vía de acceso regular, el transporte público solo llega a un punto	1
Costo del arrendamiento del inmueble	Puntos
Económico: Igual a \$ 2.500.000	3
Promedio: Entre \$3.500.000 y \$ 4.999.999	2
Alto: Igual a \$ 6.000.000	1
Costo de servicios públicos	Puntos
Económicos	3
Valor promedio	2
Costo alto	1
Impacto social	Puntos
Bueno: soluciones a las necesidades de la comunidad, embellece le sector, crecimiento económico.	3
Regular: para la comunidad es totalmente indiferente el funcionamiento del restaurante.	2
Malo: el proyecto no es del agrado de la sociedad	1
Infraestructura disponible	Puntos
Alto: instalaciones de fácil adaptación al funcionamiento del restaurante	3
Medio: requiere de arreglos para el funcionamiento	2
Bajo: Necesita de muchas adecuaciones	1
Actividades Empresariales	Puntos
Bueno: en el sector existen más de 10 empresas con alto número de empleados	3
Promedio: en el sector existen menos de 5 empresas	2
Malo: No existe ningún tipo de actividad empresarial en la zona.	1

Cuadro 35. Ponderación de Factores para Microlocalización

Factor	%	Alternativas					
		Centros Comerciales				Cabecera	
		Cuarta Etapa		Megamoll			
		0-100	Cal	0-100	Cal	0-100	Cal
Acceso y vías de transporte	15%	80	12	80	12.0	80	12.0
Costo arrendamiento	20%	60	12	80	16.0	100	20.0
Costo servicios públicos	20%	70	14	70	14.0	70	14.0
Impacto social	10%	80	8	70	7.0	90	9.0
Infraestructura	15%	70	10.5	60	9.0	80	12.0
Actividad empresarial	20%	70	14	80	16.0	90	18.0
Totales	100%		70.5		74.0		85.0

Una vez elegido y calificados los factores se procede a analizar en la matriz de evaluación que permita escoger el sitio óptimo para la localización del **Restaurante**. De acuerdo a los resultados obtenidos por medio del método cuantitativo por puntos, **Restaurante Buffet Natural Food** se ubicará en los alrededores del parque san pio sector del barrio Cabecera del llano. Para ello se tomará en arriendo una vivienda con un área total de 260 metros cuadrados, los cuales se destinarán para la adaptación de los espacios necesarios para el desarrollo de la actividad.

3.2.10 Control de calidad. El control de calidad del **Restaurante Buffet Natural Food**, es esencial para asegurarse de que los alimentos servidos cumplan con los estándares de seguridad, sabor y calidad, y se ajusten a la promoción de una alimentación saludable. Aquí hay algunos aspectos clave a considerar en el control de calidad que se implementaran:

- *Selección de ingredientes de alta calidad:* Asegurarse de que todos los ingredientes utilizados sean frescos y de alta calidad, preferiblemente locales y de temporada. Evaluar y establecer relaciones con proveedores confiables que proporcionen productos frescos y saludables.
- *Preparación higiénica:* Garantizar que el personal de cocina siga estrictas normas de

higiene, incluyendo el lavado de manos, la limpieza de equipos y superficies, y el uso de utensilios limpios. Implementar prácticas de manipulación segura de alimentos para prevenir la contaminación cruzada y se les exigirá al momento de la contratación su carnet de manipulación de alimentos.

- *Control de porciones y equilibrio nutricional:* Asegurarse de que las porciones se mantengan consistentes y se ajusten a las pautas de alimentación saludable. Monitorear el equilibrio nutricional de los platos, incluyendo la cantidad de proteínas, carbohidratos, grasas y micronutrientes.
- *Etiquetado claro:* Proporcionar información nutricional precisa en el menú para que los clientes puedan tomar decisiones informadas sobre sus elecciones alimenticias. Indicar alérgenos y restricciones dietéticas de manera clara.
- *Seguimiento de estándares y recetas:* Documentar y seguir recetas estándar para garantizar la coherencia en la preparación de los platos. Capacitar al personal de cocina en la preparación de alimentos según las recetas y los estándares establecidos.
- *Degustación y revisión:* Realizar degustaciones regulares de los platos para garantizar que el sabor sea consistente y satisfactorio. Fomentar la retroalimentación de los clientes y el personal para realizar ajustes cuando sea necesario.
- *Verificación de fechas de vencimiento:* Controlar y verificar las fechas de vencimiento de los ingredientes y productos para evitar la utilización de alimentos caducados.
- *Evaluación de proveedores:* Evaluar regularmente a los proveedores para asegurarse de que cumplan con los estándares de calidad y seguridad alimentaria.
- *Capacitación del personal:* Proporcionar capacitación continua al personal sobre prácticas de cocina saludable, higiene y seguridad alimentaria. Asegurarse de que el personal esté informado sobre las opciones de menú y pueda responder a las preguntas de los clientes sobre la comida saludable.
- *Retroalimentación del cliente:* Recopilar comentarios de los clientes sobre la calidad de la comida y el servicio y utilizar esta información para realizar mejoras continuas.

3.3 CAPACIDAD DEL PROYECTO

3.3.1 Capacidad total diseñada por línea de producto o servicio. Es el nivel de producción al que puede llegar el restaurante, se cuantifica por el numero de menús vendidos anualmente y en este caso se obtiene a partir del tiempo de un cliente en el establecimiento, del numero de mesas, de sillas con el que cuenta el restaurante y el horario de atención al publico en nuestro caso es de lunes a sábado de 9:00 am – 5:00 pm

Cuadro 36. Capacidad total diseñada

Números de mesas adecuadas para la prestación del servicio	Numero de servicios en capacidad (por mesa)	Horas requeridas para la prestación de servicio de comedor (por mesa)	Horas de servicio al día del restaurante	Capacidad total diseñada diaria
20	4	1	8	640

$$20 \times 4 \times 8 = 640 \text{ servicios}$$

Capacidad total diseñada será:

$$640 \text{ servicios diarios} \times 6 \text{ días a la semana} = 3.840 \text{ Semanales}$$

$$3.840 \text{ a la semana} \times 4 \text{ semanas del mes} = 15.360 \text{ Mensuales}$$

$$15.360 \text{ mensuales} \times 12 \text{ meses} = 184.320 \text{ Anuales}$$

3.3.2 Capacidad Instalada El número de servicios de alimentación saludable que el restaurante estaría en capacidad de sacar al mercado es de: 184.320

Cuadro 37. Capacidad Instalada

Números de mesas adecuadas para la prestación del servicio	Numero de servicios en capacidad (por mesa)	Horas requeridas para la prestación de servicio de comedor (por mesa)	Horas de servicio al día del restaurante	Capacidad total diseñada diaria
20	4	1	8	384

Entonces la capacidad total instalada será de:

384 servicios diarios x 6 días a la semana = 2.304 Semanales

2.304 a la semana x 4 semanas al mes = 9.216 Mensuales

9.216 mensuales X 12 Meses = 110.592 Anuales

Utilizando así el **60%** de la capacidad total diseñada, correspondiente a la disponibilidad de recursos e infraestructura determinada para el funcionamiento del **Restaurante Buffet Natural Food**. La diferencia de la capacidad diseñada es que el horario de atención al público es de lunes a sábado ya que el día domingo y festivos no abra servicio de atención al público

3.3.3 Capacidad utilizada y proyectada Dadas las características de los servicios y la disponibilidad de recursos físicos y de mano de obra, con respecto al servicio de alimentación inicialmente se prestarán:

Cuadro 38. Capacidad utilizada y proyectada

Números de mesas adecuadas para la prestación del servicio	Numero de servicios en capacidad de restr (por mesa)	Horas requeridas para la prestación de servicio de comedor (por mesa)	Horas de servicio al día del restaurante	Capacidad total diseñada diaria
20	4	1	8	448

Entonces la capacidad total utilizada será de:

448 servicios diarios x 6 días a la semana	=	2.688	Semanales
2.688 a la semana x 4 semanas al mes	=	10.752	Mensuales
10.752 mensuales X 12 Meses	=	129.024	Anuales

Utilizando de esta forma el **60%** de la capacidad instalada

Cuadro 39. Capacidad diseñada y instalada

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad diseñada	184.320				
Capacidad instalada	110.592	110.592	110.592	110.592	110.592
Porcentaje de utilización de la Capacidad instalada	60%	61%	62%	63%	64%
Capacidad utilizada y proyectada	66.355	67.483	68.611	69.739	70.867
Porcentaje de Participación en el mercado	22,20%	13,85%	8,64%	5,39%	3,36%

3.4 CONCLUSION DEL ESTUDIO TECNICO DEL PROYECTO

En el transcurso del presente estudio, se pudo determinar el tamaño del proyecto **Restaurante Buffet Natural Food**, mediante el análisis de factores condicionales tales como el mercado, capacidad financiera, localización, recursos humanos y físicos, reglamentación, entre otros.

Como resultado de ello se estimó para el servicio de alimentación saludable, la capacidad total anual diseñada de 184.320 servicios, la capacidad total anual instalada en 110.592 servicios, la capacidad total anual utilizada en 129.024 servicios que equivales al 60% de la capacidad instalada.

A través de la evaluación realizada por ponderación de factores se evaluaron las alternativas existentes y se decidió ubicar al restaurante saludable en los alrededores del parque san pio de la ciudad de Bucaramanga, debido a que este inmueble es el que brinda las mejores opciones de precio, ubicación e infraestructura.

Se consiguió establecer las necesidades de recursos físicos para la puesta en marcha del proyecto, en cuanto a el recurso humano, se logró determinar que el restaurante disponga de recursos humanos con alta capacidad intelectual y amplios conocimientos en manipulación y preparación de alimentos.

Con respecto a los proveedores se logró estudiar la oferta y determinar los más adecuados para la adquisición de los recursos físicos requeridos para la puesta en marcha del restaurante.

En un conjunto de ideas y un riguroso análisis se puede decir que los resultados obtenidos del estudio, evidencia la viabilidad técnica del proyecto, los cuales se manifiestan con claridad en la disponibilidad de todos los recursos necesarios para su operación y puesta en marcha.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Este estudio representa uno de los aspectos más importantes dentro de la planeación de la empresa **Restaurante Buffet Natural Food**, si la estructura administrativa es efectiva las probabilidades de éxito son mayores.

En primera instancia se definirá la forma de constitución, el tipo de empresa y se relacionaran los requisitos a cumplir para la puesta en marcha de esta. Posteriormente se analizará al personal requerido, se asignarán funciones responsabilidades, sustentándolas en un organigrama donde se adopte y describa la cultura organizacional de la empresa. Finalmente se fijarán los salarios y honorarios correspondientes.

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

La empresa será constituida como una empresa de "Sociedad S.A.S, está conformada por dos socios Nelly Parra Parra y Edinson Mauricio Zabala Rios, que aportan el capital en partes iguales de carácter privado, en efectivo \$154.730.501, con la participación de los socios fundadores, nuevos socios y un crédito bancario.

Se elige esta sociedad por ser de fácil constitución y disolución, con una integración mínima de dos socios, su administración corresponde a todos y cada uno de ellos, se responde hasta el valor de los aportes de cada uno. Como representante legal actúa Nelly Parra Parra.

En las siguientes entidades se efectuarán los pasos correspondientes a la constitución legal de la empresa:

- **Notaria:** previamente a la constitución se elaborará un documento de carácter privado llamado minuta, que expresa todos los elementos de constitución y la cual sirve de base a la escritura pública.
- **Cámara de comercio:** se solicita la autorización de uso de nombre, mediante un formato con el fin de constatar que no existe nombre seleccionado para la empresa.
- **Notaria:** se constituye la empresa mediante escritura pública, dicho documentos es mediante el cual se constituye la empresa de acuerdo al ordenamiento jurídico del país. Dentro de su contenido: deben estar los nombres de quienes intervienen en su constitución, tipo de empresa que se constituye y nombre de esta, dominio de la empresa, objeto social, capital social, forma de administración, representante legal, atribuciones y facultades, tiempo de duración de la empresa y causales de disolución.
- **Cámara de comercio:** Inscripción en dicha entidad, junto con el registro mercantil. Para efectos de obtener la inscripción de la respectiva cámara de comercio, es necesario seguir los siguientes pasos que se debe realizar dentro del mes siguiente a la fecha de otorgamiento de la escritura pública de constitución: copia notarial de la escritura de constitución, formularios diligenciados de matrícula mercantil del sociedad y de sus establecimientos de comercio, carta de aceptación del representante legal y miembros de la junta directiva, carta de apertura del establecimiento de comercio.

Realizada la inscripción, se debe hacer e registro de los libros mercantiles que son: libro de actas, de registro de socios, de caja diario, de mayor y balance y de inventarios.

- **Alcaldía:** solicitud de la licencia o patente de sanidad.
- **Dirección de impuestos y aduanas nacionales DIAN:** obtención del registro único tributario RUT, el certificado de existencia y representación legal que expide la cámara de comercio, se presenta ante la DIAN, con el fin de diligenciar el RUT, allí se asignara un número de identificación tributaria NIT y su codificación con relación al impuesto de ventas.

- **Cuerpo de bomberos:** en esta institución se obtiene el concepto técnico de bomberos. Todo establecimiento de comercio debe contar con un concepto del cuerpo de bomberos sobre la seguridad de sus instalaciones.
- **Organización SAYCO ACIMPRO:** paz y salvo de la sociedad de autores y compositores de Colombia, después de obtenido el RUT y el concepto de los bomberos, se acude a esta entidad, donde elaboran la respectiva liquidación dependiendo del tipo de negocio.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.2.1. Visión. Para el 2025 **Restaurante Buffet Natural Food** desea tener un alto rendimiento de sostenibilidad y traspasar fronteras desde Santander hacia otras partes del país para llegar a competir y establecer un reconocimiento nacional siendo distinguidos por la calidad de trabajadores-producto-servicio, y alcanzar un 90% de satisfacción de los clientes potenciales. ser líder en el sector servicios de alimentación saludable, con el fin de mejorar la salud de la sociedad, evitando enfermedades que se relacionen con el hecho de comer bien, sobresaliendo en el mercado como un restaurante excepcional, sólido y profesional con calidad humana y principios éticos, que ofrece servicios y productos de excelencia.

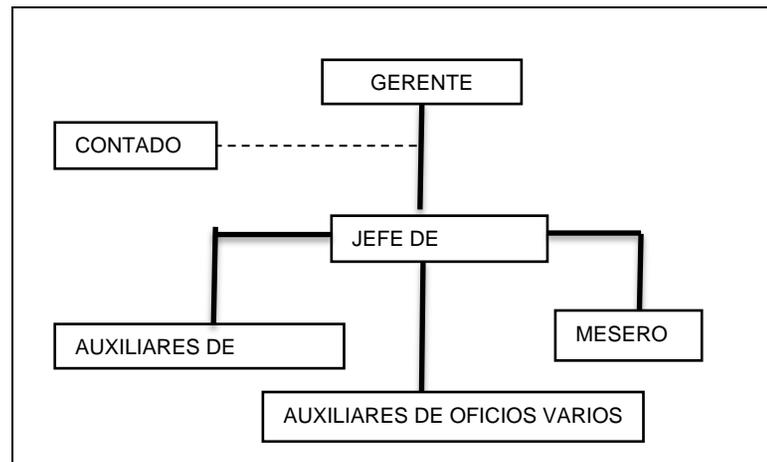
4.2.2. Misión. **Restaurante Buffet Natural Food** diseñar, procesar y comercializar menús saludables para la comunidad interesada en la prevención o control de enfermedades crónicas, igualmente se busca satisfacer plenamente a sus clientes con sabor, variedad, atención, precio y un equipo humano altamente capacitado comprometido con el mejoramiento de la calidad vida de la comunidad bumanguesa.

4.2.3 Valores Corporativos.

- **Atención y servicio al cliente:** superar las expectativas de nuestros clientes, promoviendo las actividades que se realicen y estén enfocadas e identificadas a sus necesidades.
- **Calidad:** fijar y superar estándares de calidad, trabajando bajo la filosofía de mejora continua y la optimización de recursos y procesos.
- **Comunicación:** manejar internamente una comunicación eficaz.
- **Creatividad:** lograr que la innovación y la creatividad sean imprescindibles en nuestro restaurante, para la superación, desarrollo y continuidad en ella.
- **Honestidad:** caracterizarnos por comportamientos éticos, basados en la rectitud, honradez, lealtad y responsabilidad, frente a los compromisos y propósitos empresariales y personales.
- **Respeto:** Respeto por la experiencia y el saber especializado de cada área y persona.
- **Trabajo en equipo:** establecer un equipo de trabajo con personas participativas y comprometidas, enfocadas a la satisfacción del cliente

4.2.4 Organigrama

Figura 18. Estructura Organizacional Del Restaurante Buffet Natural Food



4.3.1 Descripción y perfil de cargos

Cuadro 40. Descripción del cargo Administrador

NOMBRE DEL CARGO: Gerente		AREA: Administrativa
SECCION: ADMISTRACION		JEFE INMEDIATO: Junta de Socios
REQUISITOS: Persona con estudios universitario en administración de empresas, economía, contaduría o ingeniería Industrial, gestor empresarial.		
FUNCION PRINCIPAL: Realizar los procesos administrativos del área, aplicando las normas y procedimientos definidos. Además, ejecutar planes de estrategias para la evolución de la organización proponiendo alternativas de mejoramiento en cada departamento.		
DETALLE DE FUNCIONES: Desarrollar procesos administrativos del área, aplicando las normas y procedimientos definidos. Además, ejecutar planes de estrategias para la evolución de la organización proponiendo alternativas de mejoramiento en cada departamento.		
V⁰ B⁰ Empleado	V⁰ B⁰ Jefe Inmediato	V⁰B⁰ Gerente

Cuadro 41. Descripción del cargo Contador Publico

NOMBRE DEL CARGO: Contador Publico		AREA: Contable
SECCION: Administrativo		JEFE INMEDIATO: Junta de Socios
REQUISITOS: Tener estudios en contabilidad, administración, derecho, economía, informática, matemáticas financieras, sociología y psicología.		
FUNCION PRINCIPAL: Mantener informado al gerente acerca del presupuesto que se gasta o se necesita para periódicamente en la empresa.		
DETALLE DE FUNCIONES: Velar por la transparencia por parte contable de la sociedad. Estar pendiente al pago de los tributos que le corresponden a la empresa. Actualizar la información la cual se ejecutará a las exigencias de la normatividad de materia fiscal y tributaria. Ejercer delegar autoridad. Trabajar en equipo de manera disciplinada. Promover el desarrollo social y el cambio.		
V⁰ B⁰ Empleado	V⁰ B⁰ Jefe Inmediato	V⁰B⁰ Gerente

Cuadro 42. Descripción del cargo Jefe De Cocina

NOMBRE DEL CARGO: Jefe De Cocina		AREA: Producción
SECCION: Producción		JEFE INMEDIATO: Administrador
REQUISITOS: Tecnólogo en gastronomía con experiencia en elaboración de alimentos		
FUNCION PRINCIPAL: Cumplir satisfactoriamente con las funciones propias para la transformación y elaboración de productos aportando para ello sus capacidades y destrezas.		
DETALLE DE FUNCIONES: Demostrar nuevas técnicas de cocción y equipo de concina al personal, determinar requerimientos de alimentos y provisiones y calcular costos e ingredientes, instruir a los a los auxiliares de cocina en la preparación, cocción. Aderezo y presentación de los alimentos, planear la preparación de los menús, asegurarse que los alimentos cumplan los estándares de calidad, planear requisiciones de alimentos e implementos de cocina, planear y dirigir las actividades de preparación y cocción de alimentos, preparar, postres, salsas, sopas, ensaladas, vegetales, carnes, aves, pescados y hacer decoraciones especiales, coordinar y programar las actividades de cocina.		
V⁰ B⁰ Empleado	V⁰ B⁰ Jefe Inmediato	V⁰B⁰ Gerente

Cuadro 43 Descripción del cargo Auxiliar De Cocina

NOMBRE DEL CARGO: Auxiliar De Cocina		AREA: Producción
SECCION: Producción		JEFE INMEDIATO: Jefe de Cocina
REQUISITOS: Técnico en gastronomía, con experiencia en procesos de alimentos		
FUNCION PRINCIPAL: Cumplir satisfactoriamente con las funciones delegadas para la transformación de alimentos.		
DETALLE DE FUNCIONES: Revisar Diariamente las tareas asignadas y dar cumplimiento. Controlar y mantener activa el área de cocina. Disponer adecuadamente, las herramientas utensilios y materiales de trabajo. Auxiliar en la cocina en todo lo relacionado con la preparación de los alimentos. Cumplir con las normas de Higiene y seguridad necesarias para preservar la salud.		
V⁰ B⁰ Empleado	V⁰ B⁰ Jefe Inmediato	V⁰B⁰ Gerente

Cuadro 44. Descripción del cargo Auxiliar de Mesa y servicio

NOMBRE DEL CARGO: Auxiliar de Mesa		AREA: cajero -ventas
SECCION: ventas		JEFE INMEDIATO: Gerente
REQUISITOS: Persona con estudios bachiller técnico con certificación mínima del SENA -Gastronomía		
FUNCION PRINCIPAL.: Saber escuchar a los clientes en busca de soluciones a sus reclamos, sabe acoger las recomendaciones que le hacen sus directivos con el fin de mejorar		
DETALLE DE FUNCIONES: 1.conocer los productos de la empresa 2. Asesorar al público objetivo con argumentos valederos y convincentes para la compra del producto que está ofreciendo3. recaudo de manejar legal del dinero que entre al restaurante. 4. entregar los pedidos en el lugar exacto y la fecha estipulada por el cliente 5. entregar informes de las ventas que realiza cada día 6. Informar los acontecimientos que ocurren en relación a la competencia para así tomar medidas necesarias 8. brindar información de los descuentos y promociones de los productos de la empresa 9. cumplir las metas propuestas por la empresa como una política de venta.		
V⁰ B⁰ Empleado	V⁰ B⁰ Jefe Inmediato	V⁰B⁰ Gerente

Cuadro 45. Descripción del cargo Servicios Varios

NOMBRE DEL CARGO: Asuntos varios		AREA: Administración
SECCION: Administración		JEFE INMEDIATO: Jefe Administrativo
REQUISITOS: Persona con estudios en básica primaria o bachiller técnico		
FUNCION PRINCIPAL: Aseo y mantenimiento, atención a clientes internos		
DETALLE DE FUNCIONES: Realizar el proceso de aseo general de todos los departamentos de la empresa. Recolección y selección de residuos sólidos como contribución del medio ambiente.		
V⁰ B⁰ Empleado	V⁰ B⁰ Jefe Inmediato	V⁰B⁰ Gerente

4.3.2. Perfil de cargos

Cuadro 46. Perfil del cargo de Administrador

NOMBRE DEL CARGO: Administrador		FECHA:
SECCIÓN: Administración		
JEFE INMEDIATO: Gerente		
SUPERVISA A: Jefe De cocina, auxiliar de cocina, secretaria y Asuntos Varios.		ELABORADO POR:
HABILIDAD		
EDUCACIÓN: Profesional en Gestión Empresarial		
EXPERIENCIA: Acreditar tres años de experiencia en actividades similares		
ENTRENAMIENTO: 1 mes		
HABILIDAD MENTAL: Toma de decisiones según reglas de la empresa, analizar y resolver problemáticas laborales, evaluar resultados de equipo de trabajo, desarrollar estrategias para el logro de los resultados.		
HABILIDAD MANUAL: Flexible a los cambios tecnológicos, manejo de forma rápida y eficiente en equipos de oficina y cómputo y demás.		
RESPONSABILIDAD		
SUPERVISIÓN: al Jefe de cocina, contador, secretaria, servicios generales, vigilante, debe responder por los actos y disciplina del equipo de trabajo		
POR CONTACTOS: Mantiene contacto directo con los proveedores y personal interno y gerencia		
MATERIALES, HERRAMIENTA Y EQUIPO: Los que estén a su cargo para el desempeño de sus funciones MANEJO DE VALORES: No lo requiere		
ESFUERZO		
MENTAL: Alto		
VISUAL: Normal		
FÍSICO: El normal para el desarrollo de sus funciones		
CONDICIONES DE TRABAJO		
MEDIO AMBIENTE: Normal		
RIESGOS: Físicos NO está expuesto a riesgo que causen efectos en su salud.		

Cuadro 47. Perfil del cargo de Jefe De Cocina

NOMBRE DEL CARGO: Jefe De Cocina	FECHA:
SECCIÓN: Producción	
JEFE INMEDIATO: Administrador	
SUPERVISA A: auxiliares de Cocina	ELABORADO POR:
HABILIDAD	
EDUCACIÓN: Tecnólogo en gastronomía	
EXPERIENCIA: 2 años como jefe de cocina y operaciones.	
ENTRENAMIENTO: 1 mes	
HABILIDAD MENTAL: Liderazgo, toma de decisiones siguiendo lineamientos Con frecuencia desarrollar métodos para alcanzar resultados, analizar y resolver problemas complejos.	
HABILIDAD MANUAL: Dominio propio sobre los diferentes implementos de cocina y maquinaria industrial para la transformación de alimentos.	
RESPONSABILIDAD	
SUPERVISIÓN: Auxiliar de Cocina	
POR CONTACTOS: Proveedores, técnicos de mantenimiento, y seguridad industrial.	
MATERIALES, HERRAMIENTA Y EQUIPO: Está a cargo de forma directa de los equipos, utensilios y maquinaria del área de producción.	
MANEJO DE VALORES: No lo requiere	
ESFUERZO	
MENTAL: Alto	
VISUAL: Normal	
FÍSICO: El normal para el desarrollo de sus funciones	
CONDICIONES DE TRABAJO	
MEDIO AMBIENTE: Normal	
RIESGOS: Físicos (Caídas por obstáculos en el suelo, caídas por sustancia resbalosa en el suelo, golpes y cortes con objetos y herramientas, lesión por objetos cortopunzantes o abrasivos).	

Cuadro 48. Perfil del cargo de Auxiliar De Cocina

NOMBRE DEL CARGO: Auxiliar De Cocina	FECHA:
SECCIÓN: Producción	
JEFE INMEDIATO: jefe del Área de Producción	
SUPERVISA A: Ninguno	ELABORADO POR:

HABILIDAD	
EDUCACIÓN:	Técnico o Tecnólogo en gastronomía
EXPERIENCIA:	Acreditar dos años de experiencia en procesos de alimentos
ENTRENAMIENTO:	1 mes
HABILIDAD MENTAL:	Amplio conocimiento en el manejo de alimentos
HABILIDAD MANUAL:	Amplio conocimiento en Presentación y decoración de platos
RESPONSABILIDAD	
SUPERVISIÓN:	Ninguno
POR CONTACTOS:	contacto directo con el personal
MATERIALES, HERRAMIENTA Y EQUIPO:	Proveedores, técnicos de mantenimiento Seguridad industrial
MANEJO DE VALORES:	No lo requiere
ESFUERZO	
MENTAL:	Alto
VISUAL:	Normal
FÍSICO:	El normal para el desarrollo de sus funciones
CONDICIONES DE TRABAJO	
MEDIO AMBIENTE:	Normal
RIESGOS:	Físicos. Caídas por obstáculos en el suelo Cortes y amputaciones por elementos cortantes Quemaduras con recipientes de cocina Caídas por sustancia resbalosa en el suelo

Cuadro 49. Perfil Auxiliar de Servicios Varios

NOMBRE DEL CARGO: Servicios Varios	FECHA:
SECCIÓN: Administración	
JEFE INMEDIATO: jefe Administrativo	
SUPERVISA A: Ninguno	ELABORADO POR:
HABILIDAD	
EDUCACIÓN:	básica primaria o bachiller técnico
EXPERIENCIA:	Acreditar 1 años de experiencia en actividades similares
ENTRENAMIENTO:	8 Días
HABILIDAD MENTAL:	Dinámica, colaboración, disciplina, flexible al cambio y conciencia ecológica.
HABILIDAD MANUAL:	Habilidad para el manejo de equipo de aseo, maquina brilladora e instrumentos propios de trabajo.

RESPONSABILIDAD	
SUPERVISIÓN:	Ninguno
POR CONTACTOS:	Mantiene contacto directo con clientes interno y externo
MATERIALES, HERRAMIENTA Y EQUIPO:	Los que estén a su cargo para el desempeño de sus funciones Balde Escurridor de trapero, escobas, trapero, señales de prevención de piso. Manejo adecuado en la manipulación de los elementos de aseo
MANEJO DE VALORES:	No lo requiere
ESFUERZO	
MENTAL:	normal
VISUAL:	Normal
FÍSICO:	El normal para el desarrollo de sus funciones
CONDICIONES DE TRABAJO	
MEDIO AMBIENTE:	Normal
RIESGOS:	Físicos (Movimientos y esfuerzo para trasladar y mover escritorios, mesas y sillas para el buen desempeño de labor)

Cuadro 50. Perfil del cargo de Contador Publico

NOMBRE DEL CARGO: Contador Publico	FECHA: Inmediato.
SECCIÓN: Administrativo.	
JEFE INMEDIATO: Junta de Socios.	
SUPERVISA A: Ninguno	ELABORADO POR:
HABILIDAD	
EDUCACIÓN: estudios realizados en Contaduría Pública,	
EXPERIENCIA: Acreditar dos años de experiencia en actividades similares, accesoria de manera contable, fiscal y financiera a la empresa.	
ENTRENAMIENTO: Dos meses	
HABILIDAD MENTAL: Ejecuta labores que requieren habilidad mental alta.	
HABILIDAD MANUAL: Ejecuta labores que requieren una habilidad manual media.	
RESPONSABILIDAD	
SUPERVISIÓN: Entidad Gubernamental.	
POR CONTACTOS: Mantiene contacto directo con los productores y personal interno, gerencia, con entidades financieras.	
MATERIALES, HERRAMIENTA Y EQUIPO: Los que estén a su cargo para el desempeño de sus funciones	
MANEJO DE VALORES: Lo requiere.	

ESFUERZO	
MENTAL:	Alto
VISUAL:	Alto
FÍSICO:	El normal para el desarrollo de sus funciones
CONDICIONES DE TRABAJO	
MEDIO AMBIENTE:	Ambiente natural y agradable, suficiente iluminación,
RIESGOS:	Dolor muscular(stress) Físicos (Golpe con implementos de oficina)

Cuadro 51. Perfil del cargo de Auxiliar de Mesas y Servicio

NOMBRE DEL CARGO: Operario		FECHA:
SECCIÓN: Operativa		
JEFE INMEDIATO: administrador		
SUPERVISA A: Ninguno		ELABORADO POR:
HABILIDAD		
EDUCACIÓN: Profesional en el área de ventas y publicidad.		
EXPERIENCIA: Acreditar un año de experiencia en actividades similares		
ENTRENAMIENTO: Dos meses		
HABILIDAD MENTAL: Ejecuta labores que requieren habilidad mental mediana,		
HABILIDAD MANUAL: Ejecuta labores que requieren una habilidad manual alta. Coordinar el equipo de Vendedores, objetivos, actividad semanal, acciones especiales, cifras de facturación, etc., Apoyar a los Visitadores en la detección de clientes potenciales, demostrar liderazgo y creatividad.		
RESPONSABILIDAD		
SUPERVISIÓN: Ninguno		
POR CONTACTOS: Mantiene contacto directo con los productores y personal interno y gerencia		
MATERIALES, HERRAMIENTA Y EQUIPO: Los que estén a su cargo para el desempeño de sus funciones		
MANEJO DE VALORES: No lo requiere		
ESFUERZO		
MENTAL:	Alto	
VISUAL:	Normal	
FÍSICO:	El normal para el desarrollo de sus funciones	
CONDICIONES DE TRABAJO		
MEDIO AMBIENTE:	Normal	
RIESGOS:	Físicos (Golpes, afecciones pulmonares hernias)	

4.3.3. Asignación salarial

Cuadro 52. Asignación salarial mano de obra (MOD)

CARGO	%	Gerente	Jefe de Cocina	Auxiliares de Cocina	Auxiliar de Servicio Mesa	Auxiliares Servicios Generales
SUELDO		\$2.500.000	\$1.800.000	\$1.300.000	\$1.060.000	\$1.060.000
SUB.TRANSP		\$ 0	\$ 140.060	\$ 140.060	\$ 140.060	\$ 140.060
Cesantías	8,333%	\$ 208.325	\$ 161.665	\$ 120.000	\$ 100.001	\$ 100.001
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 25.000	\$ 19.401	\$ 14.401	\$ 12.001	\$ 12.001
Prima de servicios	8,333%	\$ 208.325	\$ 161.665	\$ 120.000	\$ 100.001	\$ 100.001
Vacaciones	4,167%	\$ 104.163	\$ 80.833	\$ 60.000	\$ 50.000	\$ 50.000
Salud	8,500%	\$ 212.500	\$ 153.000	\$ 110.500	\$ 90.100	\$ 90.100
Pensión	12,000%	\$ 300.000	\$ 216.000	\$ 156.000	\$ 127.200	\$ 127.200
ARL	0,500%	\$ 12.500	\$ 9.000	\$ 6.500	\$ 5.300	\$ 5.300
SENA	2,000%	\$ 50.000	\$ 36.000	\$ 26.000	\$ 21.200	\$ 21.200
ICBF	3,000%	\$ 75.000	\$ 54.000	\$ 39.000	\$ 31.800	\$ 31.800
Caja de compensación	4,000%	\$ 100.000	\$ 72.000	\$ 52.000	\$ 42.400	\$ 42.400
Dotación	5,000%	\$ 125.000	\$ 90.000	\$ 65.000	\$ 53.000	\$ 53.000
SALARIO REAL		\$3.920.813	\$2.993.624	\$2.209.461	\$1.833.063	\$1.833.063
Nº DE PUESTOS:	7	1	1	2	2	1
COSTO TOTAL	\$201.990.570	\$47.049.750	\$35.923.483	\$53.027.066	\$43.993.514	\$21.996.757

Teniendo en cuenta lo estipulado por ley, en enero del 2023 el salario mínimo legal vigente en: Salario mínimo legal vigente \$1.160.000, Auxilio de transporte \$140.606. En cumplimiento con las normas legales vigentes del gobierno nacional, **Restaurante Buffet Natural Food** pagará las correspondencias prestaciones sociales, aportes parafiscales y todos los requisitos de ley, relacionados a continuación:

Cuadro 53. Prestaciones sociales y aportes parafiscales

ITEM	PORCENTAJE
Cesantías	8,3%
Intereses de cesantías	1,0%
Vacaciones	4,2%

ITEM	PORCENTAJE
Prima	8,3%
Salud	8,5%
Pensión	12,0%
Riegos Profesionales	0,5%
Caja de Compensacion	4,0%
ICBF	3,0%
SENA	2,0%
Dotacion Personal	3 veces/año

4.4 CONCLUSION DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO

El tipo de contratos que **Restaurante Buffet Natural Food** inicialmente se hará por prestación de servicios o por obra o labor contratada con el periodo de prueba inicial estimado en dos meses mediante se firma el acuerdo de volutandes entre las partes, mediante el cual el trabajador se obliga a realizar una actividad personal al empleador a cambio de un salario. Por el momento no se contemplan trabajos nocturnos, dominical, festivo ni horas extras dentro de la liquidación mensual de la nomina.

En el entendido de la jornada máxima legal es de 47 horas a la semana, con la excepción contemplada en la Ley 50/90. El trabajo es diurno y esta comprendido entre las 8 a.m y las 4 p.m, entendiendo que el punto mas fuerte de atención iniciaría sobre las 11 am cuando se espera el trafijo fuerte de los comensales. Estimando dos horas antes para la apertura al publico y una hora para ejecutar el arqueo y cierre de caja diario.

Para la liquidación de la nomina se tendrá en cuenta el sistema ERP modulo nomina, y la transmisión electrónica a la DIAN de la relación detallada de pagos y deducciones a los trabajadores; incluyendo a demás para su contabilización, aportes parafiscales y provisiones para prestaciones sociales, las deducciones (aportes del trabajador para la salud y fondo de pensiones, retención en la fuente, descuentos para cooperativas,

embargos judiciales, multas, sanciones, descuadres de caja y otros). La nomina como soporte contable origina los siguientes: devengado, deducido y el total pagado.

Los aportes parafiscales se consignan en su totalidad en la caja de compensación y esta hace las transferencias al ICBFy al SENA. Los aportes para riesgos profesionales corresponden al valor inicial del riesgo I y se pagan a la entidad administradora de riesgos profesionales a la que se encuentra afiliada el restaurante.

Al terminar un contrato de trabajo, el restaurante debe reconocer a favor del trabajador los salarios y prestaciones sociales a que tenga derecho, de acuerdo con la legislación vigente. Cuando el contrato se da por terminado sin justa causa, debe pagarse, además de salarios y prestaciones sociales, la indemnización correspondiente de acuerdo con el tiempo laborado.

5. ESTUDIO FINANCIERO

En el desarrollo de este estudio se cuantifican las necesidades económicas para la puesta en marcha del proyecto, los costos de prestación del servicio, las proyecciones de egresos e ingresos y los estudios financieros básicos.

Así mismo, se establecen las necesidades de inversión para el inicio de actividades como son adecuaciones, gastos preoperativos, activos fijos y capital de trabajo, conforme a lo establecido en el estudio técnico; datos que son básicos para determinar la viabilidad de la puesta en marcha del proyecto.

5.1 INVERSIONES FIJA Y DIFERIDA

Las inversiones están constituidas por las erogaciones y aportaciones que se tendrán que hacer para adquirir los bienes y servicios necesarios para la implementación del restaurante buffet, es decir para dotarlo de su capacidad operativa.

5.1.1 Inversión fija. Está compuesta por todos aquellos bienes o servicios que sirven para alojar la unidad productiva y que permiten realización del proceso productivo, es decir permiten dotar al proyecto de su capacidad instalada, ellos son: Maquinaria equipo, Muebles y enseres, Equipo de oficina y Herramientas.

Cuadro 54. Equipo de Oficina

Activo	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Depreciación anual
Aire Acondicionado	2	\$2.550.000	\$5.100.000	\$ 1.020.000
Televisor Caixun 32"	2	\$1.799.000	\$3.598.000	\$ 559.600
Impresora Tickets	1	\$ 749.200	\$ 749.200	\$ 149.840
Ups Led	1	\$ 540.000	\$ 540.000	\$ 108.000

Activo	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Depreciación anual
impresora	1	\$ 289.000	\$ 289.000	\$ 57.800
Cajón Monedero	1	\$ 227.000	\$ 227.000	\$ 45.400
Lector Codigos de barras	1	\$ 129.900	\$ 129.900	\$ 25.980
TOTALES			\$10.633.100	\$ 1.966.620

Cuadro 55. Equipo de Computacion y comunicaci3n

Activo	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Depreciaci3n anual
Computador pantalla LED 21"	1	\$3.545.000	\$3.545.000	\$ 409.000
Computador Portatil	1	\$2.699.000	\$2.699.000	\$ 339.800
Equipo de Celular	2	\$ 429.000	\$ 858.000	\$ 171.600
TOTALES			\$ 7.102.000	\$ 920.400

Cuadro 56. Maquinaria y Equipo

Activo	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Depreciaci3n anual
Congelador	1	\$2.800.000	\$ 2.800.000	\$ 560.000
Nevera	1	\$2.750.000	\$ 2.750.000	\$ 550.000
Estufa a gas	1	\$1.100.000	\$ 1.100.000	\$ 220.000
Dispensador	1	\$ 539.000	\$ 539.000	\$ 107.800
Mesa rentangular	20	\$295.000	\$ 5.900.000	\$ 1.180.000
Licuada Industrial	2	\$ 299.900	\$ 599.800	\$ 119.960
Exprimidor electrico	1	\$ 199.900	\$ 199.900	\$ 39.980
Olla arrocera	1	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 36.000
Olla a presi3n	1	\$ 152.000	\$ 152.000	\$ 30.400
Asador industrial	1	\$ 719.900	\$ 719.900	\$ 143.980
Freidora	1	\$ 1.095.000	\$ 1.095.000	\$ 219.000
Picatodo	1	\$ 123.219	\$ 123.219	\$ 24.644
Horno	1	\$ 1.029.900	\$ 1.029.900	\$ 205.980
TOTALES			\$17,188,719	\$ 3,437,744

Cuadro 57. Muebles y enseres operativos o de producción

Activo	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Depreciación anual
Archivador	1	\$ 550.000	\$ 550.000	\$ 110.000
Escritorio	1	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 50.000
Silla	1	\$ 29.800	\$ 29.800	\$ 5.960
Mesa metalica	1	\$ 2.149.000	\$2.149.000	\$ 429.800
Bateria de ollas	1	\$ 1.179.900	\$1.179.900	\$ 235.980
Sarten	3	\$ 22.900	\$ 68.700	\$ 13.740
Samovares - Buffett	3	\$ 307.900	\$ 923.700	\$ 184.740
Refrectarias	2	\$ 63.200	\$ 126.400	\$ 25.280
Juego de Calderos	1	\$ 239.900	\$ 239.900	\$ 47.980
Juego de cuchillos	1	\$ 99.900	\$ 99.900	\$ 19.980
Juego de coladores	1	\$ 27.000	\$ 27.000	\$ 5.400
Juego de cubiertos	240	\$ 4.000	\$ 960.000	\$ 192.000
Juego de vajilla en porcelana	80	\$ 307.900	\$24.632.000	\$ 4.926.400
vasos lisos	80	\$ 3.550	\$ 284.000	\$ 56.800
portacubiertos	1	\$ 348.480	\$ 348.480	\$ 69.696
TOTALES			\$31.868.780	\$ 6.373.756

Cuadro 58. Herramientas

Activo	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Depreciación anual
Kit de Herramientas	1	\$ 107.000	\$ 107.000	\$ 21.400
Extintor multipropósitos 10 Libras	2	\$ 52.000	\$ 104.000	\$ 20.800
Taladro	1	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 70.000
Escalera de Tijera	1	\$ 442.900	\$ 442.900	\$ 88.580
TOTALES			\$ 1.003.900	\$ 200.780

Cuadro 59. Inversion Fija

Activo	Valor total
Equipo de oficina	\$ 10.633.100
Equipo de computación y comunicación	\$ 7.102.000
Maquinaria y equipo	\$ 17.188.719
Muebles y enseres operativos	\$ 31.868.780
Herramientas, repuestos y accesorios	\$ 1.003.900
Inventario de mercancía	\$ 4.416.000
TOTAL, INVERSIÓN FIJA	\$ 72.212.499

5.1.2 Inversión Diferida. Las inversiones intangibles pre operativas que incurrirá **Restaurante Buffet Natural Food** antes de iniciar las actividades normales, son: estudios de pre factibilidad, estudios impactos ambientales del proyecto, estudio implementación del SG-SST, constitución del establecimiento de comercio, costos de identidad corporativa logo, eslogan, marca, papelería, etc. patentes, asesoría nutricional, código de barras, licencias, costos de instalaciones, capacitación de personal, lanzamiento de la empresa, entre otros.

Cuadro 60. Inversion Diferida

CONCEPTO	VALOR
Estudio de Factibilidad	\$ 2.000.000
Licencia de funcionamiento	\$ 720.000
Registro sanitario	\$ 360.000
Escritura de Constitución	\$ 232.000
Estudio impacto ambiental	\$ 2.500.000
Diseño del SG-SST	\$ 3.800.000
Otro software	\$ 312.000
Software contable	\$ 603.000
Adecuaciones-Remodelaciones	\$ 11.910.500
Publicidad Lanzamiento	\$ 3.526.400
Diseño de identidad corporativa	\$ 4.800.000
Diseño del sitio web	\$ 2.700.000
Diseño de tienda virtual	\$ 3.526.000

CONCEPTO	VALOR
Registro de marca	\$ 743.000
TOTAL, INVERSIÓN DIFERIDA	\$ 37.732.900
Amortización anual	\$ 7.546.580
Amortización mensual	\$ 628.882

Nota: el monto más elevado corresponde a diseño de fachadas, diseño de cocina y adecuación de espacios, instalaciones hidráulicas y eléctricas, cambio de pisos y postura de baldosas en las paredes, acabados e iluminación interior, adecuación de las instalaciones de los baños.

5.2 COSTOS Y GASTOS

Es la parte de la inversión orientada a financiar los desfases entre el momento en que se producen los egresos correspondientes a la adquisición de materia prima y los ingresos generados por la venta de los menús. La Inversión se ha estimado para el primer mes de funcionamiento, con los cuales se cubrirán los siguientes ítems.

95.2.1 Costos De Producción. Se relacionan todos los desembolsos requeridos que están comprometidos directamente con la producción del servicio, entre ellos están:

5.2.1.1. Materias Primas. Son los productos que hacen parte del proceso de producción. Teniendo en cuenta que los menús que ofrecerá el restaurante buffet a los clientes son nutritivos. Para determinar los costos mensuales y anuales de la materia prima se tomará como promedio los costos de la preparación para un plan de menús (almuerzos) programado para 6 días (una semana).

Cuadro 61. Materias primas

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Pechuga de Pollo	Kilogramos	299	\$15.500	\$4.634.500
Miga de pan frito	Kilogramos	30	\$4.000	\$120.000
Lechuga	Kilogramos	374	\$28.000	\$10.472.000
Aceitunas	Kilogramos	249	\$15.500	\$3.859.500
Ajo	Kilogramos	25	\$100.000	\$2.500.000
Limon	Canastilla 25 Kg	125	\$85.000	\$10.625.000
Filete de Pescado	Kilogramos	524	\$12.160	\$6.371.840
Queso italiano	Kilogramos	748	\$36.950	\$27.638.600
Quinoa	Bulto x 50 Kg	30	\$317.200	\$9.516.000
Huevos	Unidad	150	\$7.000	\$1.050.000
COSTO TOTAL ISNUMOS O MATERIA PRIMA				\$ 76.787.440

5.2.1.2. Mano de obra directa / indirecta. Está constituida por los sueldos, las prestaciones sociales de ley y aportes parafiscales de los empleados que participan directamente en la prestación del servicio.

Cuadro 62. Mano de obra directa (MOD) e indirecta

CARGO	%	Gerente	Jefe de Cocina	Auxiliares de Cocina	Auxiliar de Servicio Mesa	Auxiliares Servicios Generales
SUELDO		\$2.500.000	\$1.800.000	\$1.300.000	\$1.060.000	\$1.060.000
SUB.TRANSP		\$ 0	\$ 140.060	\$ 140.060	\$ 140.060	\$ 140.060
Cesantías	8,333%	\$ 208.325	\$ 161.665	\$ 120.000	\$ 100.001	\$ 100.001
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 25.000	\$ 19.401	\$ 14.401	\$ 12.001	\$ 12.001
Prima de servicios	8,333%	\$ 208.325	\$ 161.665	\$ 120.000	\$ 100.001	\$ 100.001
Vacaciones	4,167%	\$ 104.163	\$ 80.833	\$ 60.000	\$ 50.000	\$ 50.000
Salud	8,500%	\$ 212.500	\$ 153.000	\$ 110.500	\$ 90.100	\$ 90.100
Pensión	12,000%	\$ 300.000	\$ 216.000	\$ 156.000	\$ 127.200	\$ 127.200
ARL	0,500%	\$ 12.500	\$ 9.000	\$ 6.500	\$ 5.300	\$ 5.300
SENA	2,000%	\$ 50.000	\$ 36.000	\$ 26.000	\$ 21.200	\$ 21.200
ICBF	3,000%	\$ 75.000	\$ 54.000	\$ 39.000	\$ 31.800	\$ 31.800

CARGO	%	Gerente	Jefe de Cocina	Auxiliares de Cocina	Auxiliar de Servicio Mesa	Auxiliares Servicios Generales
Caja de compensación	4,000%	\$ 100.000	\$ 72.000	\$ 52.000	\$ 42.400	\$ 42.400
Dotación	5,000%	\$ 125.000	\$ 90.000	\$ 65.000	\$ 53.000	\$ 53.000
SALARIO REAL		\$ 3.920.813	\$ 2.993.624	\$ 2.209.461	\$ 1.833.063	\$1.833.063
Nº DE PUESTOS:	7	1	1	2	2	1
COSTO TOTAL	\$ 201.990.570	\$47.049.750	\$35.923.483	\$53.027.066	\$43.993.514	\$21.996.757

5.2.1.3 Costos Fijos. Son aquellas erogaciones de dinero que deben cubrirse, independientemente de la cantidad de servicios prestados por el restaurante natural Food. Para el cálculo de costos fijos se toman la mano de obra directa, mano de obra indirecta, total de gastos de administración y ventas, abono a capital del préstamo.

Cuadro 63. Costos fijos

Concepto	valor mes	valor año
Arriendo	\$ 3.010.000	\$ 36.120.000
Seguros	\$ 109.694	\$ 1.316.333
Teléfono	\$ 25.000	\$ 300.000
Internet	\$ 90.000	\$ 1.080.000
Acueducto	\$ 255.000	\$ 3.060.000
Energía	\$ 680.000	\$ 8.160.000
Mitigación impacto ambiental	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Depreciación operativa	\$ 834.357	\$ 10.012.280
TOTALES	\$ 5.204.051	\$ 62.448.613

5.2.1.4 Costos variables de operación. Los insumos que se mencionan pertenecen a un solo tipo de sopa que sirve como referencia para el desarrollo de este proyecto, se selecciono el menú de ensalada cesar, Con base en este menú se costearon los materiales directos e indirectos.

Cuadro 64. Costos variables de Operación

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
MOD	\$ 7.412.546	\$ 88.950.550
Materiales directos	\$ 6.399.548	\$ 76.794.580
Materiales indirectos	\$ 2.370.247	\$ 28.442.965
Acueducto	-\$ 76.500	-\$ 918.000
Energía	-\$ 136.000	-\$ 1.632.000
Gas	\$ 336.000	\$ 4.032.000
Asesor técnico	\$ 130.000	\$ 1.560.000
Mantenimiento de maquinaria y equipo	\$ 208.589	\$ 2.503.070
Otro Honorarios contador	\$ 400.000	\$ 4.800.000
TOTALES	\$17.044.430	\$204.533.165

5.2.1.5 Costos totales. La mano de obra directa se incluye en los costos fijos de operación. A continuación, se presenta el resumen entre costos fijos y costos variables para hallar el costo total del servicio.

Cuadro 65. Costos Totales

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
COSTOS FIJOS	\$ 5.204.051	\$ 62.448.613
COSTOS VARIABLES	\$ 17.044.430	\$204.533.165
TOTALES	\$ 22.248.481	\$266.981.778

5.2.2 Gastos de administración y ventas Comprende los gastos ocasionados en el desarrollo principal del objeto social del Restaurante. Registra sobre la base de causación, los valores incurridos directamente relacionados con la gestión de ventas encaminada a la dirección, planeación, organización de las políticas establecidas para el desarrollo de la actividad de ventas, incluye básicamente las incurridas en las áreas ejecutiva, de distribución, mercadeo, comercialización, promoción, publicidad y ventas.

Cuadro 66. Nomina administrativa

CARGO	%	Gerente General	Servicio Generales
SUELDO		\$ 2.500.000	\$ 1.060.000
SUB.TRANSP		\$ 0	\$ 140.060
Cesantías	8,333%	\$ 208.325	\$ 100.001
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 25.000	\$ 12.001
Prima de servicios	8,333%	\$ 208.325	\$ 100.001
Vacaciones	4,167%	\$ 104.163	\$ 50.000
Salud	8,500%	\$ 212.500	\$ 90.100
Pensión	12,000%	\$ 300.000	\$ 127.200
ARL	0,500%	\$ 12.500	\$ 5.300
SENA	2,000%	\$ 50.000	\$ 21.200
ICBF	3,000%	\$ 75.000	\$ 31.800
Caja de compensación	4,000%	\$ 100.000	\$ 42.400
Dotación	5,000%	\$ 125.000	\$ 53.000
SALARIO REAL		\$ 3.920.813	\$ 1.833.063
COSTO TOTAL NÓMINA	\$69.046.507	\$ 47.049.750	\$ 21.996.757

5.2.2.1 Gastos Fijos de administración y ventas

Cuadro 67. Gastos fijos de administración de ventas

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Nómina administrativa	\$ 5.753.876	\$ 69.046.507
Arriendo	\$ 1.290.000	\$ 15.480.000
Acueducto	\$ 76.500	\$ 918.000
Energía	\$ 136.000	\$ 1.632.000
Gas	\$ 144.000	\$ 1.728.000
Teléfono	\$ 225.000	\$ 2.700.000
Internet	\$ 90.000	\$ 1.080.000
Administración redes sociales	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000
Mantenimiento del sitio web o tienda virtual	\$ 280.000	\$ 3.360.000
Nombre de dominio	\$ 400.000	\$ 4.800.000
Hosting o servidor	\$ 120.417	\$ 1.445.000

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Certificado de seguridad (SSL)	\$ 14.833	\$ 178.000
Licencias tecnológicas	\$ 915.000	\$ 10.980.000
Seguros	\$ 73.130	\$ 877.555
Publicidad operativa	\$ 7.155.413	\$ 85.864.956
Contador	\$ 400.000	\$ 4.800.000
Asesoría SG-SST	\$ 208.000	\$ 2.496.000
Papelería	\$ 80.000	\$ 960.000
Cafetería	\$ 490.000	\$ 5.880.000
Mitigación impacto ambiental	\$ 50.000	\$ 600.000
Matrícula mercantil	\$ 48.000	\$ 576.000
Amortización de diferidos	\$ 628.882	\$ 7.546.580
Depreciaciones administrativas	\$ 240.585	\$ 2.887.020
TOTALES	\$ 20.319.635	\$ 243.835.618

5.2.2.2. Gastos Totales de administración y ventas

Cuadro 68. Total, gastos de administración y ventas

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gastos fijos	\$ 20.319.635	\$ 243.835.618
Gastos variables	\$ 3.666.126	\$ 43.993.514
Total	\$ 23.985.761	\$ 287.829.133

5.3 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo se determinó para un mes de trabajo y está comprendido por los costos de prestación, la primera cuota del crédito financiero los gastos de administración y ventas sin tener en cuenta la depreciación de los activos fijos ni la amortización de diferidos.

Cuadro 69. Capital de trabajo primer mes

CONCEPTO	VALOR
Costos totales de producción	\$ 22.248.164
Gastos de administración y ventas	\$ 23.985.761
Gastos financieros	\$ 255.000
Menos Depreciaciones	-\$ 1.074.942
Menos Amortización diferidos	-\$ 628.882
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 44.785.102

5.3.1 Estructura del Crédito. Para la consecución de recursos, se han estimado las siguientes fuentes: El crédito bancario se tramita con Financiera Coomultrasan por valor de \$ 15.000.000 a 60 meses con cuotas fijas mensuales de \$400.754

Cuadro 70. Fuentes de financiación

CONCEPTO	VALOR	PARTICIPACION
Socios fundadores	\$ 20.076.991	12,98%
Nuevos socios	\$ 119.653.510	77,33%
Crédito bancario	\$ 15.000.000	9,69%
TOTAL	\$ 154.730.501	100,00%

5.3.1.1 Amortización del Crédito

Cuadro 71. Amortización del Crédito

Préstamo	\$ 15.000.000	Interés mensual		1,70%
Periodo	60	Valor cuota mensual		400.754
PERIODO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA MENSUAL	SALDO
1	\$ 145.754	\$ 255.000	\$ 400.754	\$ 14.854.246
2	\$ 148.232	\$ 252.522	\$ 400.754	\$ 14.706.014
3	\$ 150.752	\$ 250.002	\$ 400.754	\$ 14.555.262
4	\$ 153.315	\$ 247.439	\$ 400.754	\$ 14.401.947
5	\$ 155.921	\$ 244.833	\$ 400.754	\$ 14.246.026
6	\$ 158.572	\$ 242.182	\$ 400.754	\$ 14.087.454
7	\$ 161.267	\$ 239.487	\$ 400.754	\$ 13.926.187
8	\$ 164.009	\$ 236.745	\$ 400.754	\$ 13.762.178
9	\$ 166.797	\$ 233.957	\$ 400.754	\$ 13.595.381
10	\$ 169.633	\$ 231.121	\$ 400.754	\$ 13.425.748

Préstamo	\$ 15.000.000	Interés mensual		1,70%
Periodo	60	Valor cuota mensual		400.754
PERIODO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA MENSUAL	SALDO
11	\$ 172.516	\$ 228.238	\$ 400.754	\$ 13.253.232
12	\$ 175.449	\$ 225.305	\$ 400.754	\$ 13.077.783
	\$ 1.922.217	\$ 2.886.831	\$ 4.809.048	
13	\$ 178.432	\$ 222.322	\$ 400.754	\$ 12.899.351
14	\$ 181.465	\$ 219.289	\$ 400.754	\$ 12.717.886
15	\$ 184.550	\$ 216.204	\$ 400.754	\$ 12.533.336
16	\$ 187.687	\$ 213.067	\$ 400.754	\$ 12.345.649
17	\$ 190.878	\$ 209.876	\$ 400.754	\$ 12.154.771
18	\$ 194.123	\$ 206.631	\$ 400.754	\$ 11.960.648
19	\$ 197.423	\$ 203.331	\$ 400.754	\$ 11.763.225
20	\$ 200.779	\$ 199.975	\$ 400.754	\$ 11.562.446
21	\$ 204.192	\$ 196.562	\$ 400.754	\$ 11.358.254
22	\$ 207.664	\$ 193.090	\$ 400.754	\$ 11.150.590
23	\$ 211.194	\$ 189.560	\$ 400.754	\$ 10.939.396
24	\$ 214.784	\$ 185.970	\$ 400.754	\$ 10.724.612
	\$ 2.353.171	\$ 2.455.877	\$ 4.809.048	
25	\$ 218.436	\$ 182.318	\$ 400.754	\$ 10.506.176
26	\$ 222.149	\$ 178.605	\$ 400.754	\$ 10.284.027
27	\$ 225.926	\$ 174.828	\$ 400.754	\$ 10.058.101
28	\$ 229.766	\$ 170.988	\$ 400.754	\$ 9.828.335
29	\$ 233.672	\$ 167.082	\$ 400.754	\$ 9.594.663
30	\$ 237.645	\$ 163.109	\$ 400.754	\$ 9.357.018
31	\$ 241.685	\$ 159.069	\$ 400.754	\$ 9.115.333
32	\$ 245.793	\$ 154.961	\$ 400.754	\$ 8.869.540
33	\$ 249.972	\$ 150.782	\$ 400.754	\$ 8.619.568
34	\$ 254.221	\$ 146.533	\$ 400.754	\$ 8.365.347
35	\$ 258.543	\$ 142.211	\$ 400.754	\$ 8.106.804
36	\$ 262.938	\$ 137.816	\$ 400.754	\$ 7.843.866
	\$ 2.880.746	\$ 1.928.302	\$ 4.809.048	
37	\$ 267.408	\$ 133.346	\$ 400.754	\$ 7.576.458
38	\$ 271.954	\$ 128.800	\$ 400.754	\$ 7.304.504
39	\$ 276.577	\$ 124.177	\$ 400.754	\$ 7.027.927
40	\$ 281.279	\$ 119.475	\$ 400.754	\$ 6.746.648
41	\$ 286.061	\$ 114.693	\$ 400.754	\$ 6.460.587
42	\$ 290.924	\$ 109.830	\$ 400.754	\$ 6.169.663
43	\$ 295.870	\$ 104.884	\$ 400.754	\$ 5.873.793
44	\$ 300.900	\$ 99.854	\$ 400.754	\$ 5.572.893
45	\$ 306.015	\$ 94.739	\$ 400.754	\$ 5.266.878
46	\$ 311.217	\$ 89.537	\$ 400.754	\$ 4.955.661
47	\$ 316.508	\$ 84.246	\$ 400.754	\$ 4.639.153

Préstamo	\$ 15.000.000	Interés mensual		1,70%
Periodo	60	Valor cuota mensual		400.754
PERIODO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA MENSUAL	SALDO
48	\$ 321.888	\$ 78.866	\$ 400.754	\$ 4.317.265
	\$ 3.526.601	\$ 1.282.447	\$ 4.809.048	
49	\$ 327.360	\$ 73.394	\$ 400.754	\$ 3.989.905
50	\$ 332.926	\$ 67.828	\$ 400.754	\$ 3.656.979
51	\$ 338.585	\$ 62.169	\$ 400.754	\$ 3.318.394
52	\$ 344.341	\$ 56.413	\$ 400.754	\$ 2.974.053
53	\$ 350.195	\$ 50.559	\$ 400.754	\$ 2.623.858
54	\$ 356.148	\$ 44.606	\$ 400.754	\$ 2.267.710
55	\$ 362.203	\$ 38.551	\$ 400.754	\$ 1.905.507
56	\$ 368.360	\$ 32.394	\$ 400.754	\$ 1.537.147
57	\$ 374.623	\$ 26.131	\$ 400.754	\$ 1.162.524
58	\$ 380.991	\$ 19.763	\$ 400.754	\$ 781.533
59	\$ 387.468	\$ 13.286	\$ 400.754	\$ 394.065
60	\$ 394.055	\$ 6.699	\$ 400.754	\$ 0
	\$ 4.317.255	\$ 491.793	\$ 4.809.048	
	15.000.000			

5.4 INVERSION TOTAL

Cuadro 72. Inversión Total

CONCEPTO	VALOR
Inversión fija	\$ 72.212.499
Inversión diferida	\$ 37.732.900
Inversión capital de trabajo	\$ 44.785.102
INVERSIÓN TOTAL	\$ 154.730.501

5.5 PRECIO DE VENTA

El precio de venta de los servicios de alimentación saludable y valoración se calculan tomando como base los costos de estos

$$\text{Precio de venta} = \text{Costo unitario} / (1 - 0.10 \text{ margen de utilidad})$$

- **Costo unitario = 8.361**
- **Precio venta = 10.099**

Cuadro 73. Precio de Venta

Costos totales de producción	\$ 266.977.972
Gastos de administración y ventas totales	\$ 287.829.133
Costos y gastos totales	\$ 554.807.105
Capacidad utilizada año 1	66.355
Costos y gastos totales unitarios	\$ 8.361
Margen de utilidad	10%
Precio de venta	\$ 9.291
Margen para el intermediario	0%
Precio al intermediario antes de IVA	\$ 9.291
Tasa de IVA o Imptoconsumo	8%
Precio al consumidor	\$ 10.099

5.6 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

Los presupuestos han sido elaborados en pesos constantes, teniendo en cuenta únicamente el incremento de los servicios ofrecidos.

5.6.1. Proyección de ingresos. Los ingresos resultan de multiplicar la cantidad de servicios prestados por el restaurante por el precio de venta unitario.

Tabla 73. Ingresos proyectados

					Precio de Venta	\$ 10.009
INGRESOS						5%
AÑO	1 Año	2 Año	3 Año	4 Año	5 Año	
Unidades ventas	184.320	193.536	203.213	213.373	224.042	
Valor en Ventas	\$1.844.858.880	\$1.937.286.144	\$2.033.956.915	\$2.135.654.761	\$2.242.437.499	

El precio de venta al consumidor es de \$10.009 después de pagar el impuesto al consumo.

5.6.2 Proyección de egresos. Los egresos son erogaciones de dinero que corresponden los costos de producción, gastos de administración y ventas, abono a capital de préstamo bancario y los gastos financieros.

Cuadro 74. Egresos proyectados

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo de caja anterior	\$ 44.785.102	\$ 124.454.968	\$ 186.832.178	\$ 254.070.580	\$326.136.357
Flujos de efectivo de actividad de operación					
+INGRESOS	\$616.506.163	\$ 626.986.768	\$ 637.467.373	\$ 647.947.978	\$658.428.582
Operacionales	\$616.506.163	\$ 626.986.768	\$ 637.467.373	\$ 647.947.978	\$658.428.582
Ingresos no operacionales	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
- EGRESOS	-	-	-\$565.419.923	-	-
Materiales	\$ 76.787.440	\$ 78.092.826	\$ 79.398.213	\$ 80.703.599	\$ 82.008.986
MOD	\$ 88.950.550	\$ 88.950.550	\$ 88.950.550	\$ 88.950.550	\$ 88.950.550
CIF	\$ 96.439.983	\$ 97.017.836	\$ 97.595.689	\$ 98.173.542	\$ 98.751.396
Nómina administrativa	\$ 69.046.507	\$ 69.046.507	\$ 69.046.507	\$ 69.046.507	\$ 69.046.507
Gastos generales	\$218.782.626	\$ 219.530.515	\$ 220.278.405	\$ 221.026.295	\$221.774.185
Menos depreciaciones	-\$12.899.300	-\$ 12.899.300	-\$ 12.899.300	-\$ 12.899.300	-\$12.899.300
Menos amortizaciones	-\$ 7.546.580	-\$ 7.546.580	-\$ 7.546.580	-\$ 7.546.580	-\$ 7.546.580
Impuesto de renta	\$ 0	\$ 21.401.171	\$ 24.284.648	\$ 27.201.943	\$ 30.160.636
Impuesto de Ind y Cio	\$ 0	\$ 3.699.037	\$ 3.761.921	\$ 3.824.804	\$ 3.887.688
4 x 1000	\$ 2.466.025	\$ 2.507.947	\$ 2.549.869	\$ 2.591.792	\$ 2.633.714
Flujos netos de efectivo de actividad de operación	\$ 84.478.913	\$ 67.186.258	\$ 72.047.450	\$ 76.874.825	\$ 81.660.801

5.7. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

5.7.1. Estado de Resultados proyectado

Cuadro 75. Estado De Resultados

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos operacionales	\$616.506.163	\$626.986.768	\$637.467.373	\$647.947.978	\$658.428.582
Ingresos no operacionales					
TOTAL INGRESOS	\$616.506.163	\$626.986.768	\$637.467.373	\$647.947.978	\$658.428.582
MENOS COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Materiales	\$ 76.787.440	\$ 78.092.826	\$ 79.398.213	\$ 80.703.599	\$ 82.008.986
MOD	\$ 88.950.550	\$ 88.950.550	\$ 88.950.550	\$ 88.950.550	\$ 88.950.550
CIF	\$ 96.439.983	\$ 97.017.836	\$ 97.595.689	\$ 98.173.542	\$ 98.751.396
UTILIDAD BRUTA	\$354.328.191	\$ 362.925.556	\$371.522.921	\$380.120.286	\$388.717.651
MENOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS					
Nómina administrativa	\$ 69.046.507	\$ 69.046.507	\$ 69.046.507	\$ 69.046.507	\$ 69.046.507
Gastos generales	\$218.782.626	\$219.530.515	\$220.278.405	\$221.026.295	\$221.774.185
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 66.499.058	\$ 74.348.534	\$ 82.198.009	\$ 90.047.484	\$ 97.896.959
Menos gastos financieros (Intereses)	-\$ 2.886.831	-\$ 2.455.877	-\$ 1.928.302	-\$ 1.282.447	-\$ 491.793
Menos 4x1000	-\$ 2.466.025	-\$ 2.507.947	-\$ 2.549.869	-\$ 2.591.792	-\$ 2.633.714
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 61.146.203	\$ 69.384.709	\$ 77.719.837	\$ 86.173.245	\$ 94.771.452
Menos Impuesto de Renta	-\$ 21.401.171	-\$ 24.284.648	-\$ 27.201.943	-\$ 30.160.636	-\$ 33.170.008
Menos Impuesto de Ind y Cio	-\$ 3.699.037	-\$ 3.761.921	-\$ 3.824.804	-\$ 3.887.688	-\$ 3.950.571
UTILIDAD NETA	\$ 36.045.995	\$ 41.338.141	\$ 46.693.090	\$ 52.124.921	\$ 57.650.872
Menos Reserva Legal	-\$ 3.604.599	-\$ 4.133.814	-\$ 4.669.309	-\$ 5.212.492	-\$ 5.765.087
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 32.441.395	\$ 37.204.326	\$ 42.023.781	\$ 46.912.429	\$ 51.885.785

5.7.2. Flujo de Fondos proyectado

Cuadro 76. Flujo De Caja

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo de caja anterior	\$ 0	\$44.785.102	\$124.454.968	\$186.832.178	\$254.070.580	\$326.136.357
Flujos de efectivo de actividad de operación						
+INGRESOS		\$616.506.163	\$626.986.768	\$637.467.373	\$647.947.978	\$658.428.582
Operacionales		\$616.506.163	\$626.986.768	\$637.467.373	\$647.947.978	\$658.428.582
Ingresos no operacionales		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
- EGRESOS		-\$532.027.250	-\$559.800.510	-\$ 565.419.923	-\$ 571.073.153	-\$ 576.767.781
Materiales		\$ 76.787.440	\$ 78.092.826	\$ 79.398.213	\$ 80.703.599	\$ 82.008.986
MOD		\$ 88.950.550	\$ 88.950.550	\$ 88.950.550	\$ 88.950.550	\$ 88.950.550
CIF		\$ 96.439.983	\$ 97.017.836	\$ 97.595.689	\$ 98.173.542	\$ 98.751.396
Nómina administrativa		\$ 69.046.507	\$ 69.046.507	\$ 69.046.507	\$ 69.046.507	\$ 69.046.507
Gastos generales		\$218.782.626	\$219.530.515	\$ 220.278.405	\$ 221.026.295	\$ 221.774.185
Menos depreciaciones		-\$12.899.300	-\$12.899.300	-\$ 12.899.300	-\$ 12.899.300	-\$ 12.899.300
Menos amortizaciones		-\$ 7.546.580	-\$ 7.546.580	-\$ 7.546.580	-\$ 7.546.580	-\$ 7.546.580
Impuesto de renta		\$ 0	\$ 21.401.171	\$ 24.284.648	\$ 27.201.943	\$ 30.160.636
Impuesto de Ind y Cio		\$ 0	\$ 3.699.037	\$ 3.761.921	\$ 3.824.804	\$ 3.887.688
4 x 1000		\$ 2.466.025	\$ 2.507.947	\$ 2.549.869	\$ 2.591.792	\$ 2.633.714
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE OPERACIÓN	\$ 0	\$ 84.478.913	\$ 67.186.258	\$ 72.047.450	\$ 76.874.825	\$ 81.660.801
Flujos efectivo actividades inversión						
+INGRESOS	\$139.730.501	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 3.300.000
Capital social	\$139.730.501					
Valor de salvamento						\$ 3.300.000
-EGRESOS	-\$ 109.945.399	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Compra de Equipo de oficina	\$ 10.633.100					
Compra de Equipo de	\$ 7.102.000					

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
computación y comunicación						
Compra de Maquinaria y equipo	\$ 17.188.719					
Compra de Terreno	\$ 0					
Compra de Construcciones y edificaciones	\$ 0					
Compra de Muebles y enseres	\$ 31.868.780					
Compra de Materiales, repuestos y accesorios	\$ 1.003.900					
Compra de Inventario de materia prima	\$ 4.416.000					
Inversión activos diferidos	\$ 37.732.900					
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO ACTIVIDADES INVERSIÓN	\$ 29.785.102	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 3.300.000
Flujos de efectivo de actividad de financiación						
+INGRESOS	\$ 15.000.000					
Préstamo bancario	\$ 15.000.000					
-EGRESOS		-\$ 4.809.048	-\$ 4.809.048	-\$ 4.809.048	-\$ 4.809.048	-\$ 4.809.048
Abono a capital		\$ 1.922.217	\$ 2.353.171	\$ 2.880.746	\$ 3.526.601	\$ 4.317.255
Gastos financieros		\$ 2.886.831	\$ 2.455.877	\$ 1.928.302	\$ 1.282.447	\$ 491.793
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE FINANCIACIÓN	\$ 15.000.000	-\$ 4.809.048				
FLUJO DE EFECTIVO NETO (AUMENTO O DISMINUCIÓN)	\$ 44.785.102	\$ 79.669.865	\$ 62.377.210	\$ 67.238.402	\$ 72.065.777	\$ 80.151.753

5.7.3 Estado de Situación Financiera Inicial Projectado

Cuadro 77. Balance General

CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
ACTIVOS CORRIENTES						
Fondos en caja						
Fondos en bancos	\$ 44.785.102	\$ 124.454.968	\$ 186.832.178	\$ 254.070.580	\$ 326.136.357	\$ 402.988.110
Mercancías no fabricadas por la empresa	\$ 4.416.000	\$ 4.416.000	\$ 4.416.000	\$ 4.416.000	\$ 4.416.000	\$ 4.416.000
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 49.201.102	\$ 128.870.968	\$ 191.248.178	\$ 258.486.580	\$ 330.552.357	\$ 407.404.110
ACTIVOS FIJOS						
Equipo de oficina	\$ 10.633.100	\$ 10.633.100	\$ 10.633.100	\$ 10.633.100	\$ 10.633.100	\$ 10.633.100
Equipo de computación y comunicación	\$ 7.102.000	\$ 7.102.000	\$ 7.102.000	\$ 7.102.000	\$ 7.102.000	\$ 7.102.000
Maquinaria y equipo	\$ 17.188.719	\$ 17.188.719	\$ 17.188.719	\$ 17.188.719	\$ 17.188.719	\$ 17.188.719
Terreno	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Construcciones y edificaciones	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Muebles y enseres	\$ 31.868.780	\$ 31.868.780	\$ 31.868.780	\$ 31.868.780	\$ 31.868.780	\$ 31.868.780
Materiales, repuestos y accesorios	\$ 1.003.900	\$ 1.003.900	\$ 1.003.900	\$ 1.003.900	\$ 1.003.900	\$ 1.003.900
Menos depreciación acumulada	\$ 0	-\$ 12.899.300	-\$ 25.798.600	-\$ 38.697.899	-\$ 51.597.199	-\$ 64.496.499
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 67.796.499	\$ 54.897.199	\$ 41.997.899	\$ 29.098.600	\$ 16.199.300	\$ 3.300.000
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 37.732.900	\$ 37.732.900	\$ 37.732.900	\$ 37.732.900	\$ 37.732.900	\$ 37.732.900
Menos amortización acumulada	\$ 0	-\$ 7.546.580	-\$ 15.093.160	-\$ 22.639.740	-\$ 30.186.320	-\$ 37.732.900
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 37.732.900	\$ 30.186.320	\$ 22.639.740	\$ 15.093.160	\$ 7.546.580	\$ 0
ACTIVOS TOTALES	\$154.730.501	\$ 213.954.487	\$ 255.885.817	\$ 302.678.340	\$ 354.298.237	\$ 410.704.110
PASIVO						
PASIVOS CORRIENTES						

CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Obligaciones financieras corto plazo	\$ 1.922.217	\$ 2.353.171	\$ 2.880.746	\$ 3.526.601	\$ 4.317.255	\$ 0
Impuesto de renta y complementarios	\$ 0	\$ 21.401.171	\$ 24.284.648	\$ 27.201.943	\$ 30.160.636	\$ 33.170.008
Impuesto de Industria y Comercio	\$ 0	\$ 3.699.037	\$ 3.761.921	\$ 3.824.804	\$ 3.887.688	\$ 3.950.571
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ 1.922.217	\$ 27.453.379	\$ 30.927.315	\$ 34.553.348	\$ 38.365.579	\$ 37.120.580
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones financieras largo plazo	\$ 13.077.783	\$ 10.724.612	\$ 7.843.866	\$ 4.317.265	\$ 0	\$ 0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	\$ 13.077.783	\$ 10.724.612	\$ 7.843.866	\$ 4.317.265	\$ 0	\$ 0
PASIVOS TOTALES	\$ 15.000.000	\$ 38.177.991	\$ 38.771.181	\$ 38.870.613	\$ 38.365.579	\$ 37.120.580
PATRIMONIO						
Capital social	\$ 139.730.501	\$ 139.730.501	\$ 139.730.501	\$ 139.730.501	\$ 139.730.501	\$ 139.730.501
Reserva legal acumulada	\$ 0	\$ 3.604.599	\$ 7.738.414	\$ 12.407.723	\$ 17.620.215	\$ 23.385.302
Utilidad del ejercicio	\$ 0	\$ 32.441.395	\$ 37.204.326	\$ 42.023.781	\$ 46.912.429	\$ 51.885.785
Utilidades o excedentes acumulados	\$ 0	\$ 0	\$ 32.441.395	\$ 69.645.722	\$ 111.669.503	\$ 158.581.932
PATRIMONIO TOTAL	\$ 139.730.501	\$ 175.776.496	\$ 217.114.636	\$ 263.807.726	\$ 315.932.648	\$ 373.583.520
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	\$ 154.730.501	\$ 213.954.487	\$ 255.885.817	\$ 302.678.340	\$ 354.298.227	\$ 410.704.100

5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

La situación financiera del restaurante arroja los siguientes resultados:

5.8.1 Razones financieras.

5.8.1.1 Razones de liquidez. Mide la capacidad del restaurante para generar recursos y atender sus compromisos Administrativos, operativos y financieros a largo plazo.

Cuadro 78. Razones de liquidez

RAZONES DE LIQUIDEZ	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razon corriente	activo corriente / pasivo corriente	No veces	4,69	6,19	7,50	8,64	11,01
Prueba acida**	activo corriente - inventarios / pasivo corriente	No veces	4,53	6,05	7,37	8,52	10,89
Capital de trabajo neto	activo corriente - pasivo corriente	unidades \$\$	\$101.417.589	\$160.196.882	\$223.561.289	\$291.442.892	\$369.043.720

El capital de trabajo disponible para el primer año de operación del restaurante es de \$101.417.589 valor positivo para el proyecto, ya que, no es un monto elevado para la puesta en marcha del restaurante, los pasivos corrientes son el número de veces que son cubiertos con los activos corrientes es decir 4.53 pesos que se tienen para cubrir la deuda a corto plazo.

5.8.1.2 Razones de operación. Es la efectividad con que se están utilizando los recursos, para esto se tiene en cuenta la rotación de los activos corrientes, la rotación del activo fijo y el activo total.

Cuadro 79. Razones de operación.

Razones de operación	Relación	Unidad de análisis	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rotacion activo corriente	ventas/activo corriente	No veces	4,78	3,28	2,47	1,97	1,62
Rotacion activo fijo	ventas / activo fijo neto	No veces	11,23	14,93	21,91	40,00	199,52
Rotacion activo total	ventas / activo total	No veces	2,88	2,45	2,11	1,83	1,61

La rotación del activo total es el número de veces que los activos rotan dentro de la empresa, en este caso son 2.88 veces rotan dentro del movimiento financiero de la empresa, por cada peso que se tiene invertido en el activo se está produciendo 2.88 pesos en ventas.

5.8.1.3 Razones de rentabilidad. La rentabilidad va de la mano con las ventas, su utilidad, los activos y el capital, es necesario tener el control sobre los costos y gastos para poder tener el margen de utilidad esperado

Cuadro 80. Razones de rentabilidad

Razones rentabilidad	Relación	Unidad de análisis	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Margen bruto utilidad	utilidad bruta/ventas	%	57,47%	57,85%	58,22%	58,58%	58,92%
Margen utilidad neta	utilidad neta/ventas	%	5,85%	6,57%	7,29%	7,99%	8,68%
Rendimiento activos	utilidad neta/activos totales	%	16,85%	16,12%	15,37%	14,65%	13,97%

El margen bruto de utilidad para el primer año es del 57,47% valor aceptable y muy conveniente para poner en marcha el proyecto, el margen de utilidad neta es del 5,85%, en el rendimiento de activos es 16,85% que genera durante el primer año de operación.

5.8.1.4 Razones de endeudamiento. Teniendo en cuenta que no se cuentan con todos los recursos suficientes, es necesario financiar algunos con el fin de producir lo esperado y así poder obtener la utilidad pronosticada.

El Restaurante en el primer año se tiene un endeudamiento total por el 17,84%.

Cuadro 81. Razones de endeudamiento

Razones de endeudamiento	Relación	Unidad de análisis	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Endeudamiento total	pasivo total / activo total	%	17,84%	15,14%	12,82%	10,80%	9,01%
Cobertura intereses	utilidad operacional / intereses	No veces	23,04	30,20	42,43	69,77	197,51
Índice participacion patrimonial	patrimonio / activo total	%	82,16%	84,86%	87,18%	89,20%	90,99%

5.8.2 Indicadores de viabilidad. Para determinar los indicadores de viabilidad se hayo la tasa mínima atractiva mixta refractada con el 11,29% aplicando una prima de riesgo de 10% que corresponde al sector de los restaurantes con una tasa de inflación de 4.1% con que esta al año 2023.

Prima de riesgo al riesgo	30%
Inflación	13%
TMAR recursos propios	47,06%
Recursos crédito	22,42%
TMAR Banco	38,48%
Porcentaje aportación recursos propios	90,31%
Porcentaje aportación Banco	9,69%
TMAR MIXTA	46,22%
TMAR MIXTA DEFLACTADA	34,63%

Cuadro 82. Indicadores de viabilidad

Concepto	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de efectivo neto	- \$139.730.501	\$79.669.865	\$62.186.470	\$66.923.681	\$71.627.075	\$79.589.070
Vna	- \$139.730.501	\$54.484.534	\$29.084.005	\$ 21.405.101	\$ 15.667.288	\$11.905.543
Valor recuperado		\$54.484.534	\$83.568.539	\$104.973.640	\$120.640.929	\$132.546.472

5.8.2.1 Tasa Interna Retorno (TIR). Es la rentabilidad que se obtiene en la inversión, la TIR que es del 42,87% se compara con la tasa de interés relevante.

5.8.2.2 Valor Presente Neto (VPN). Con este valor se puede evaluar el proyecto y determinar si la inversión cumple con el objetivo financiero.

5.8.2.3 Período de recuperación. El monto a recuperar de \$ 154.730.501 la inversión total inicial, en el escenario pesimista o prima de riesgo alta, se estima que se recuperará a finales del quinto año.

Cuadro 83. Período de recuperación

Concepto	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de efectivo neto	-\$ 139.730.501	\$79.669.865	\$62.186.470	\$66.923.681	\$71.627.075	\$79.589.070
Vna	-\$ 139.730.501	\$54.484.534	\$29.084.005	\$21.405.101	\$15.667.288	\$11.905.543
Valor recuperado		\$54.484.534	\$83.568.539	\$104.973.640	\$120.640.929	\$132.546.472

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Teniendo en cuenta que todo proyecto genera dentro del entorno en el que se desarrolla todo tipo de impactos, positivos y negativos, a nivel social, ambiental o económico, es necesario evaluar su incidencia para establecer toma de decisiones para su ejecución.

6.1 EVALUACION SOCIAL

Con el desarrollo de este proyecto, se busca mejorar la calidad de vida de la población bumanguesa donde tendrá la oportunidad de cambiar su cultura y sus hábitos alimenticios, donde le permitirá tener una vida más sana y duradera.

Aunque se prevé que el nuevo servicio de alimentación saludable, inicialmente generara controversia, sobre todo en la población que se niega a aceptar la problemática que conllevan a las enfermedades crónicas, seguramente esta contribuirá a que poco a poco la población se vaya concientizando del problema y decida en un momento, cambiar su cultura con respecto a la importancia que tiene el control y la prevención de enfermedades crónicas, seguramente se contribuirá a que poco a poco la población al cambio de cultura a sus buenos hábitos alimenticios para disminuir así los niveles de mortalidad.

La salud, la integración y la mejora de hábitos alimenticios en la población es importante lo cual causara un impacto de evolución, donde niños, jóvenes y adultos crearan junto con natural Food una cultura saludable consiente de la importancia de una buena alimentación y por consiguiente la ayuda al medio ambiente al no utilizar químicos en el proceso de los alimentos.

Por otra parte, la implementación del restaurante de alimentos saludables tipo buffet se convertirá también en una nueva fuente de empleo, en donde la comunidad más beneficiada estará conformada por madres cabeza de hogar de la ciudad, quienes tendrán la oportunidad de contar con ingresos fijos que contribuirán a mejorar las condiciones de vida y bienestar social de su familia. Así mismo, al desarrollo de sus actividades permitirá la recaudación de impuestos, los cuales podrán ser aprovechados para el desarrollo sostenible de la región.

Como se puede analizar, el impacto social del proyecto es favorable para la comunidad en general de la ciudad de Bucaramanga.

6.2 EVALUACION FINANCIERA

Para la evaluación financiera del proyecto, se tendrá en cuenta las siguientes variables: Valor Presente Neto (VPN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y el periodo de recuperación. Una vez obtenidos estos resultados se procede a realizar el respectivo análisis de las principales razones financieras con las cuales se podrá tener una visión clara económica del proyecto.

6.2.1 Valor presente neto VPN. El valor presente neto o valor neto actual es el valor monetario que resulta de la diferencia entre el valor presente de todos los ingresos y el valor presente de todos los egresos, calculados en el flujo financiero neto, teniendo en cuenta la tasa de interés de oportunidad, es simplemente la suma actualizada al presente de todos los beneficios, costos e inversiones del proyecto.

El VPN es el excedente que queda para los inversionistas después de haber recuperado la inversión y el costo de oportunidad de los recursos destinados. El determinar el valor presente neto permite establecer si una inversión cumple con el objetivo básico de maximizar la inversión esto permite identificar si dicha inversión

puede incrementar o reducir el valor de la empresa. El cálculo del Valor Presente Neto (VPN) consiste en traer todos los ingresos y egresos futuros a pesos de hoy (punto cero) a una tasa de descuento o Tasa de Interés de oportunidad (TIO).

- Tasa de interés DTF de 4.41% ²⁶
- Factor de riesgo 10%
 - ✓ Tasa de evaluación = $((1+0.0441) (1+0.10)-1) * 100$
 - ✓ Tasa de evaluación = $((1.0441) (1.10)-1) * 100$
 - ✓ Tasa de evaluación = $(1,1485-1) * 100$
 - ✓ Tasa de evaluación = 14.85

El VPN se obtendrá mediante la siguiente formula:

$$VPN = \sum (X) (1+i)^{-n}$$

- ✓ X flujo de caja
- ✓ i = TIO = 14.85

t = periodo de tiempo de 0 hasta 5 años

Cuadro 84. Valor presente neto

Prima de riesgo al riesgo	30%
Inflación	13%
TMAR recursos propios	47,06%
Recursos crédito	22,42%
TMAR Banco	38,48%
Porcentaje aportación recursos propios	90,31%
Porcentaje aportación Banco	9,69%
TMAR MIXTA	46,22%
TMAR MIXTA DEFLACTADA	34,63%

²⁶ BANCO DE LA REPUBLICA Tasas captación semanales [en línea] [consultado el día 2 de noviembre de 2014] disponible en: <http://www.banrep.gov.co/tasas-captacion-semanales>

6.2.2 Tasa interna retorno TIR. Indica la capacidad que tiene el proyecto de producir utilidades, independientemente de las condiciones del inversionista. Este valor es la tasa de descuento que hace que el VPN sea igual a cero o que iguale la suma de los flujos netos descontada la inversión inicial.

La TIR es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones, también conocida como la tasa de flujo de efectivo descontado de retorno; cuanto mayor sea la tasa interna de retorno de un proyecto más oportuno será llevarlo a cabo.

La TIR se obtendrá mediante la siguiente formula:

$$VPN = \sum (X) (1+r)^{-n}$$

- VPN = 0
- X= flujo neto de caja
- r =TIR =?
- t = periodo de 0 a 5 años

Aplicando la formula anterior y reemplazando los valores se obtiene por Excel que la TIR del proyecto es **43,05%**

Esto refleja que por cada \$ 1 peso invertido en la prestación del servicio Restaurante Buffet Natural Food retornaría \$ 0.29 Por esto, se concluye que desde el punto de vista económico el proyecto es rentable.

6.2.3 Periodo de recuperación

Cuadro 85. Periodo de recuperación

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE EFECTIVO NETO	\$139.730.501	\$79.669.865	\$62.377.210	\$ 67.238.402	\$72.065.777	\$ 80.151.753

VNA	-	\$54.484.534	\$29.173.213	\$ 21.505.763	\$15.763.247	\$ 11.989.713
	\$139.730.501					
VALOR RECUPERADO		\$54.484.534	\$83.657.746	\$105.163.509	\$120.926.756	\$132.916.470

VPN **\$ 21.483.847**
TIR **43,05%**

El monto a recuperar de \$ 154.730.501 la inversión total inicial, en el escenario pesimista o prima de riesgo alta, se estima que se recuperará a finales del quinto año.

6.2.4 Razones financieras. Para establecer el montaje del **Restaurante tipo Buffet Natural Food**, los socios cuentan con un capital de trabajo de \$44.785.102 y el saldo restante será obtenido mediante un crédito con la entidad financiera Comultrasan, para un total de \$59.785.102

- **Endeudamiento:** Se evidencia un alto apalancamiento financiero, el proyecto se financia con un total del 9,69%, mientras que los recursos propios corresponden al 12,98%.
- **Solvencia:** Se evidencia una alta capacidad para hacer frente al pago de todas sus deudas y obligaciones, es decir que se cuenta con activos suficientes como para pagar las deudas u obligaciones de pago.
- **Potencial Utilidad:** Indica que el proyecto es capaz de generar un 34,4% de beneficios con respecto a la inversión realizada. Se evidencia un buen rendimiento de los activos totales.
- **Retorno De Inversión:** Se evidencia una buena capacidad para generar valor para sus accionistas. Además, se evidencia que el ROA es igual al ROE, por lo tanto, todo el activo se financia con fondos propios.
- **Capital De Trabajo:** Este rubro positivo indica que el proyecto puede hacer frente a sus deudas y está en condiciones de facilitar el crecimiento.
- **Solidez:** Mantiene una alta capacidad para cumplir con todas sus obligaciones de pago tanto a corto como a largo plazo, demostrando así su consistencia financiera.

6.2.5 Punto de equilibrio. El punto de equilibrio es una herramienta para el análisis y decisiones de distintas situaciones entre ellas: que establece el servicio mínimo que podrá prestar el restaurante para cubrir los costos, de tal manera que no se presente ninguna clase de pérdida, volumen de producción y ventas necesarias para no perder ni gana, planteamiento de resultados, fijación de precios, niveles de costos fijos y variables, entre otros.

Metodo de Ecuacion: permite determinar que los ingresos se igualan a los costos totales.

$$Qu = CF / (Pvu - Cvu)$$

$$Qu = \text{Costo Fijo Total} / (\text{Precio Venta Unitario} - \text{Costo Variable Unitario})$$

- **Costo fijo total = 5.204.051**
- **Precio de venta = 10.099**
- **Costo variable unitario = 8.361**
-

Cuadro 86. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	FÓRMULA	RESULTADO
En función de la capacidad instalada (%)	$PE = CF/(IT-CV)$	83,23%
En función de cantidades producidas (Q)	$PE = CF/(Pu-CVu)$	55.230
En función de volumen de ventas (\$)	$PE^* = CF / 1 - CV/IT$	\$ 513.137.747
En función del número de días año	$PE = PE^* / (VT/N)$	300

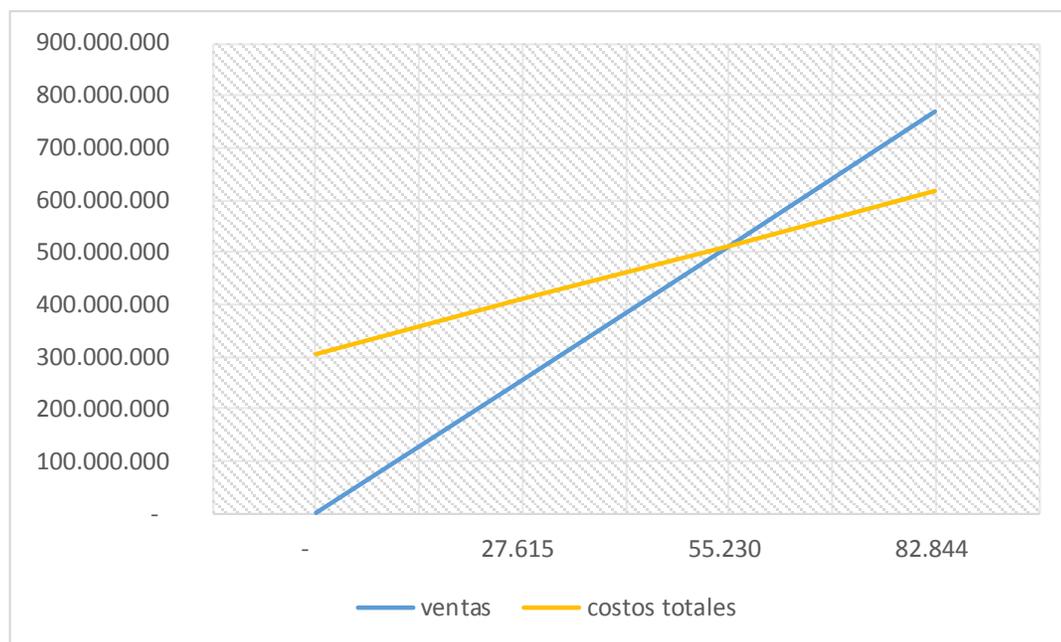
CF: costos fijos	\$ 306.284.231
CV: costo variable	\$ 248.522.874
CT: costos totales	\$ 554.807.105
IT: ingreso total	\$ 616.506.163
Pu: precio unitario	\$ 9.291
CVu: costo variable unitario	\$ 3.745
VT: ventas totales	\$ 616.506.163

N: número días año	360
Capacidad utilizada año 1	66.355

Método grafico del punto de equilibrio: en este método se trazan las líneas de costos totales e ingresos totales para obtener su punto de intersección, que es el punto de equilibrio. Es el punto en donde los costos totales igualan a los ingresos totales.

En este método se representan los datos en el cuadrante matemático; se asigna el eje de las Y los ingresos por ventas y los costos, y al eje de las X las cantidades producidas y vendidas. Cuando mayor sea la cantidad de productos hacia la derecha del punto de inserción, tanto mayor es su utilidad.

Figura 19. Punto de equilibrio



El punto de equilibrio para **Restaurante tipo Buffet Natural Food** es de 22.118 servicios prestados esto indica que con este número de servicios se logra cancelar todos los costos generados, pero no se logra obtener alguna utilidad. Observando el

número de unidades a vender durante el primer año de 184.320 servicios se observa una diferencia servicios o inscripciones que estaría por encima del punto de equilibrio y por consiguiente esta sería la utilidad operacional durante el primer año.

Importancia

Este instrumento le permite a la administración del restaurante formular políticas y tomar decisiones sobre el nivel de producción, cantidades de productos a comercializar a corto tiempo para mantener el nivel de utilidad deseado, teniendo en cuenta las variables: precio, costos fijos, costos variables y volumen de ventas.

6.2.6 Evaluación ambiental. Natural Food tendrá un gran impacto en la sociedad en general ya que su preocupación por la salud de la humanidad es firme, el objetivo claro del restaurante es brindar calidad para aquellas personas que por necesidad tendrán que consumir alimentos fuera de sus hogares, con esto sin duda alguna el compromiso de natural Food es visible e impactara de una manera positiva.

En cuanto al impacto ambiental el servicio prestado por el restaurante Natural Food no presentan ningún impedimento legal de carácter ambiental, ya que los productos alimenticios a utilizar no contaminan el medio ambiente y la empresa adoptara las medidas necesarias para evitar efectos contaminantes correspondientes a residuos de bolsas, empaques o vasos, y así mismo utilizando la cantidad adecuadas de los insumos de limpieza. La empresa para crear desarrollara una actividad de bajo impacto ambiental, sin embargo, esta implementara algunas actividades destinadas a la conversión y protección del medio ambiente.

- Adecuada manipulación y conservación de alimentos
- Implementación de técnicas de aseo de equipos, utensilios y demás elementos que intervengan en el almacenamiento y procesamiento de los alimentos.
- Prevención de la contaminación con el objetivo de disminuir el impacto negativo en los alrededores de la empresa.

- Cuidado de la salud de nuestros clientes externos e internos.
- Establecimiento de condiciones y requisitos necesarios para preservar y mantener la salud y tranquilidad de los habitantes cercanos al restaurante.
- Implementación de estrategias de reciclaje de desechos
- Manejo adecuado a los residuos orgánicos e inorgánicos

7. CONCLUSIONES

De acuerdo a los análisis es factible y viable el establecimiento del Restaurante tipo buffet de comidas saludables, de su infraestructura, y medios técnicos y tecnológicos en local asignado para tal fin. De igual manera, es viable la comercialización de estos platos en el mercado local específicamente en la zona de cabecera del llano, por la gran afluencia de oficinas, trabajadores y estudiantes en la zona de la ciudad quienes requieren de comida balanceada y nutritiva para mantener y mejorar sus hábitos alimenticios.

Es importante investigar y comprender la demanda de comida saludable en la ubicación específica donde planeamos abrir el restaurante que es el sector de cabecera. Evaluando el perfil de los consumidores interesados en este tipo de comida, identificado sus necesidades y preferencias, se analiza la competencia existente en el mercado de comida saludable. Esto nos permite determinar la demanda y oportunidades para el restaurante.

Se Realizó un análisis financiero detallado para evaluar la viabilidad económica del restaurante. Estimando los costos de inversión inicial, como el alquiler del local, la renovación y acondicionamiento, la adquisición de equipos y utensilios de cocina, el registro legal y otros gastos iniciales. Proyectando los ingresos y gastos operativos, incluyendo los costos de los alimentos, los salarios del personal, los gastos de marketing, los impuestos y otros gastos generales. Considerado también el margen de beneficio esperado y el retorno de la inversión a largo plazo.

Con el diseño del plan de marketing donde se promociona el restaurante tipo buffet de comida saludable. Utilizando estrategias de marketing digital, como redes sociales, publicidad en línea, colaboraciones con influencers o Blogger de salud, y promociones especiales para atraer y retener clientes. Considerado también la participación en

eventos comunitarios relacionados con la alimentación saludable y estableciendo alianzas con empresas o instituciones afines.

Contando con la gestión sólida de un equipo humano capacitado en la preparación de alimentos saludables. Se establecerán estándares de calidad y servicio, implementando sistemas de control y gestión eficientes, brindando capacitación continua al personal para garantizar reconocimiento.

El impacto ambiental es bajo por lo poco amenazante que resulta para el ecosistema y la población siempre y cuando se manejen las normas de higiene, de procesos de reciclaje y manejo de desechos.

8. RECOMENDACIONES

Para el nuevo **Restaurante tipo Buffet Natural Food** en comida saludable es muy importante implementar estrategias de publicidad y promoción, diseñadas en el estudio de mercados, que generen competencia y permitan posicionar el establecimiento en el mercado local.

Teniendo en cuenta que en la ciudad existen algunos restaurantes que ofrecen comida de esta misma temática o tendencia, se debe innovar en menús que sean más saludables que brinde a los consumidores todos los nutrientes necesarios para aportar a su organismo.

Mantener la calidad del servicio, día a día retroalimentado a los empleados y de la empresa, teniendo en cuenta las sugerencias de los mismos, y de los clientes en general. Establecer los lineamientos adecuados y el cronograma de actividades para garantizar la excelencia y la calidad del servicio

Se le debe garantizar a los consumidores que todas las verduras, hortalizas y frutas utilizadas para preparar los menús sean los frescos y de excelente calidad. En cuanto a la gestión administrativa debe ser de vital importancia para garantizar el cumplimiento en el servicio prestado, así como culturizar a la población a consumir comida saludable que la brinde grandes beneficios al organismo.

Es viable la constitución de su estructura organizacional de baja magnitud que administre el restaurante de manera eficiente y eficaz, para ofrecer a sus clientes la mejor atención y calidad del producto y servicio. En cuanto al estudio financiero el proyecto es factible, en cuanto a que todos los indicadores financieros analizados arrojan datos dentro de los estandares de optimos que sugieren la implementación del proyecto y la puesta en marcha del restaurante.

BIBLIOGRAFIA

ACEVEDO GONZÁLEZ, M. I., & ÁLVAREZ ECHEVERRI, N. Estudio de factibilidad de un restaurante vegetariano gourmet en el Valle de Aburrá. 2009

BACA U., Gabriel. Evaluación de Proyectos. Santafé de Bogotá. Editorial McGraw Hill Interamericana S.A. 1994

BANCO DE LA REPUBLICA Tasas captación semanales [en línea] [consultado el día 2 de noviembre de 2014] disponible en: <http://www.banrep.gov.co/tasas-captacion-semanales>

BEETRACK Un restaurante virtual. [en línea] disponible en: <https://www.beetrack.com/es/blog/dark-kitchen->

BORJA TACURI, G. I. Estudio de factibilidad restaurante de comida saludable EatFit (Quito). 2021

CAMARA DE COMERCIO DE Bucaramanga Sector Restaurantes Área Metropolitana de Bucaramanga Septiembre de 2016 [en línea] disponible en: <https://www.camaradirecta.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad/2016/restaurantes.pdf>

CEPAL/GTZ Desarrollo Económico Local y Descentralización en América Latina, Análisis comparativo. Santiago de Chile, 2001 [en línea] disponible en: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2696/S2001704_es.pdf

CHICA MANTILLA, J. Y. Estudio de factibilidad economica y financiera para la creacion de un restaurante en la ciudad de bucaramanga. 2022

CONCEJO DE BUCARAMANGA Plan de Ordenamiento Territorial Tomo 2 [en línea] disponible en: <https://www.concejodebucaramanga.gov.co/planordenamientoterritorial/tomo2.pdf>

CONTRERAS BUITRAGO, Marco Elias. Formulación y evaluación de proyectos. Santa fe de Bogota. UNAD. 1996

CRISCUOLO Isaque ¿Qué es el food design? Todo lo que necesitas saber [en línea] Domestika Disponible en: <https://www.domestika.org/es/blog/9319-que-es-el-food-design-todo-lo-que-necesitas-saber>

DANE Sector Restaurante- Cámara de Comercio de Bucaramanga, Medición efectuada en el 2014.

DEL PILAR CONTRERAS-ANGARITA, N., RICO-CONTRERAS, C. R., & TRUJILLO-SEPÚLVEDA, L. I. Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante para personas con problemas de salud (diabéticas e hipertensas) en la ciudad de Cúcuta. 2014

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA Decreto 422 de 1991 (Febrero 13) Por el cual se Reglamenta Parcialmente el Estatuto Tributario. [en línea] [citado el 22 de marzo de 2021] disponible en: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=7306#:~:text=DEC RETA%3A,de%20cada%20establecimiento%20de%20comercio.>

GACITÚA OLIVARES, R. H. Estudio de factibilidad restaurante de comida saludable con preparaciones especiales para personas con limitaciones alimenticias (Universidad Andrés Bello). 2014

GAITÁN BERMÚDEZ, L. C., PÉREZ FLÓREZ, J. A., & VILLOTA DÍAZ, M. C. Estudio de viabilidad para la creación de un restaurante de comida saludable tipo buffet en la localidad Santa Fe de la ciudad de Bogotá (Universidad El Bosque). 2019

GARCÍA REYES, M. C. Estudio de factibilidad económica y financiera del montaje del restaurante Mr. Salud especializado en ofrecer comida saludable. 2004

GARZÓN ORTEGÓN Daliana. El sector gastronómico creció 22% en el último año con 90.000 restaurantes [en línea] DIARIO LA REPUBLICA. Disponible en: <https://www.larepublica.co/ocio/el-sector-gastronomico-crecio-22-en-el-ultimo-ano-con-90-000-restaurantes-2266206>

GUTIÉRREZ NÚÑEZ Allison La comida saludable y sostenible está entre las tendencias de la cocina para este año [en línea] Diario La Republica 2021. Disponible en: <https://www.larepublica.co/ocio/comida-saludable-y-sostenible-son-las-tendencias-de-alimentacion-para-este-ano-3115641>

GUZMÁN CONDOR, V., & SALAZAR PACHECO, C. Estudio de prefactibilidad para la instalación de un restaurante de comida saludable orientado a la nutrición. 2017

ICONTEC. Normas Técnicas para la presentación de trabajos de investigación. NTC 1486. Santa fe de Bogotá. 2010

INSTITUCIONAL COLOMBIA Ecosistema digital, ¿por qué es necesaria una página web para su restaurante? [en línea] disponible en: <https://www.institucionalcolombia.com/gastromarketing/ecosistema-digital-y-pagina-web-para-restaurantes/>

INSTITUCIONAL COLOMBIA Gastromarketing [en línea] disponible en: <https://www.institucionalcolombia.com/gastromarketing/>

LÓPEZ MORALES, L. A. Estudio de factibilidad y diseño de un plan de negocios para la creación de un restaurante buffet en la Ciudad de Milagro. 2011

MENDOZA-ROYERO, B. O. Estudio de Factibilidad Para la Puesta en Marcha de un Restaurante de Comida Saludable Ubicado en el Municipio de Valledupar. 2022

MERCADO RODRIGUEZ, P. K., & CAYURI GUEVARA, Y. E. Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de almuerzos con servicio asistido y autoservicio ubicado en la urbanización Marcavalle de la ciudad del Cusco. 2018

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO /MINCIT Inserción en la economía global

MINISTERIO DE SALUD ¿Qué es una alimentación saludable? [en línea] disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/HS/Paginas/que-es-alimentacion-saludable.aspx>

MIRANDA MIRANDA, Juan José. Gestión de proyectos. Quinta edición. Ed. MM Editores. Bogotá DC. 2005

MIYAR Susana. Comer en un restaurante es tan malo como la comida chatarra [en línea] 2015 Actitud Fem. Disponible en: <https://www.actitudfem.com/belleza/nutricion-y-ejercicio/pierde-peso-dietas/comer-en-un-restaurante-es-tan-malo-como-la-comida-chatarra>

MORALES RUIZ, L. E. Estudio de Factibilidad Para la creación de un restaurante de comida saludable en la ciudad de Tunja. 2021

PARRA, A. R., ANDRES, C., VERA TAPIERO, A. L., & VERGARA, J. R. Estudio de factibilidad para la creacion de un restaurante de comidas rapidas saludables en la ciudad de Bogota. 2018

PEREIRA VERA, G. N., & RONDÓN GRAU, M. J. Estudio de factibilidad económica financiera para la creación de un restaurante de comida rápida saludable, en el municipio El Hatillo, Estado Miranda, año 2018. 2020

QUILSIMBA CASTRO, D. E. Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante buffet en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. 2017

RAMIREZ, G. C., & GUERRERO, X. A. A. Factibilidad para la creación de un restaurante de comida saludable en la ciudad de Bucaramanga. 2010

RODRÍGUEZ CERNA, M. Estudio de factibilidad para la instauración de un restaurante de comida saludable en el distrito de Trujillo 2018.

SECRETARIA DE PLANEACIÓN DE BUCARAMANGA, plan de ordenamiento territorial de Bucaramanga segunda generación 2013-2027. [En línea] [citado el 01 de junio de 2022}. Disponible en: <http://www.concejodebucaramanga.gov.co/planordenamientoterritorial/tomo2.pdf>

SECRETARIA DE PLANEACIÓN DE BUCARAMANGA, Plan de ordenamiento territorial de Bucaramanga segunda generación 2013-2027. [En línea]. Febrero2014. Disponible en: <http://www.concejodebucaramanga.gov.co/planordenamientoterritorial/tomo2.pdf>

SULVARAN JARABA, J. E. Plan de Negocios para Estudio de Factibilidad de Creación de un Restaurante de Comida especializada para Diabéticos en la ciudad de Santa Marta. 2021

TELEENCUESTAS Cuántos habitantes tiene Bucaramanga, Santander en 2023 [en línea] disponible en: <https://telencuestas.com/censos-de-poblacion/colombia/2023/santander/bucaramanga>

TELEENCUESTAS Op. Cit.

TENDENCIAS GASTRONÓMICAS Restaurantes de comida saludable: ¿Tendencia o preferencia? [en línea] disponible en: <https://www.institucionalcolombia.com/tendencias-gastronomicas/comida-saludable-tendencia-colombia/>

TURADIOVIBRA Resultados ECAR Colombia [en línea] 2023 disponible en: <https://turadiovibra.com/resultados-ecar-colombia-i-2023/>

VANGUARDIA LIBERAL El sector de restaurantes sigue creciendo en Bucaramanga [en línea] disponible en: <https://www.vanguardia.com/economia/local/el-sector-de-restaurantes-sigue-creciendo-en-Bucaramanga>

VANGUARDIA LIBERAL Estas son las últimas tendencias para restaurantes [en línea] disponible en: <https://www.vanguardia.com/entretenimiento/tendencias/estas-son-las-ultimas-tendencias-para-restaurantes-LF5205904>

VILLANUEVA NUÑEZ, D. L. Estudio de factibilidad para la instalación de un establecimiento de comida rápida de barra de ensaladas como alternativa saludable de alimentación en la ciudad de Arequipa. 2016

VIVE SANO Que debe contener un almuerzo saludable y equilibrado [en línea] 2017 Disponible en: <https://vive-sano.org/wp-content/uploads/2017/05/que-debe-contener-un-almuerzo-saludable-y-equilibrado.jpg>

ZAMBRANO SANTANA, J. E. Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de dietas variadas en la ciudad de Manta. 2017