

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA FUSIÓN  
COLOMBO-PERUANA CON SERVICIO VIRTUAL, EN LA CIUDAD DE  
BUCARAMANGA.

KAREN VANESSA CÁCERES MURALLAS

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2024

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA FUSIÓN  
COLOMBO-PERUANA CON SERVICIO VIRTUAL, EN LA CIUDAD DE  
BUCARAMANGA.

KAREN VANESSA CÁCERES MURALLAS

Trabajo de grado para optar el título de Profesional en Gestión Empresarial

Directora

Maria del Pilar Bonilla Gomez

Especialista en Pedagogía para el desarrollo de la Inteligencia

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA

2024

## DEDICATORIA

A Dios, mi guía y luz, por conducirme en cada paso de este proceso académico y darme la fuerza para perseverar. Gracias por ser mi fuente de fortaleza y entendimiento en este logro académico.

A mi esposo, Jhon Ether Horna, tu apoyo, tu fuerza y amor han sido fundamental en este proceso, el ánimo que me das para no desfallecer, hoy florece como resultado de sacrificios y mucho esfuerzo. Gracias por ser un pilar de fortaleza, este logro es nuestro, es nuestro logro.

A mi valiente mamá, Claudia Jazmin Murallas Meza, por enseñarme a luchar por mis sueños, a no abandonar a mitad de camino, eres el ejemplo que nunca es tarde para lograr las metas que nos proponemos. Este trabajo de grado, es un tributo a ti, mi fuente inagotable de amor en mi búsqueda de conocimiento. A través de tus enseñanzas y cariño, has dejado una huella imborrable en mi vida, y mi éxito académico es un reflejo de tu inquebrantable dedicación.

*Karen Vanessa Cáceres Murallas.*

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	16
1. ANÁLISIS GENERAL DEL SECTOR .....	18
1.1 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR.....	18
1.2 EVOLUCIÓN DEL SECTOR .....	23
1.3 TENDENCIAS DEL SECTOR .....	27
1.4 IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS .....	29
1.5 MARCO LEGAL .....	30
1.6 CONTEXTO GEOGRÁFICO .....	31
2. ESTUDIO DE MERCADOS .....	35
2.1.1 Descripción, Usos y especificaciones del producto/servicio.....	35
2.1.2 Atributos diferenciadores.....	38
2.2 SEGMENTO DE MERCADO .....	39
2.3 ESTUDIO DE LA DEMANDA.....	40
2.3.1 Necesidades de información. ....	40
2.3.2 Tipo de estudio.....	40
2.3.3 Enfoque.....	41
2.3.4 Fuentes de información.....	41
2.3.5 Técnicas de investigación. ....	41
2.3.6 Instrumento para la recolección de información.....	42
2.3.8 Cálculo de la muestra.....	42
2.3.9 Alcance.....	43
2.3.10 Tiempo de aplicación.....	43
2.3.11 Tabulación, presentación y análisis de resultados.....	43
2.3.12 Estimación de la demanda actual.....	60
2.3.13 Estimación de la demanda efectiva.....	60
2.3.14 Proyección de la demanda para los próximos cinco años.....	60
2.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA. ....	61

2.5 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO MÍNIMO VIABLE .....	65
2.5.1 Descripción, usos y especificaciones del producto o del servicio.....	65
2.5.2 Atributos diferenciadores del producto o del servicio con respecto a la competencia. .....	68
2.6 ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN Y DE DISTRIBUCIÓN .....	69
2.7 ESTRATEGIA PARA FIJACIÓN DE PRECIOS.....	72
2.8 RELACIONAMIENTO CON LOS CLIENTES .....	72
2.8.1 Estrategias de comunicación.....	72
2.8.2 Presupuesto de comunicación. ....	74
2.8.2.1 Presupuesto de lanzamiento.....	74
2.8.2.2 Presupuesto de operación.....	74
4. ESTUDIO TÉCNICO .....	76
3.1 TIPO DE PROYECTO .....	76
3.2 DESARROLLO OPERATIVO DEL PROYECTO .....	76
3.2.1 Ficha técnica del producto mínimo viable.....	76
3.2.2 Descripción y diagramación de actividades clave .....	80
3.2.3 Características del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG- SST).....	83
3.2.4 Análisis Ambiental. ....	85
3.2.5 Recursos Clave .....	85
3.2.5.1 Talento humano. ....	86
3.2.5.2 Infraestructura .....	86
3.2.5.3 Materiales, insumos o mercancías.....	91
4.2.4 Distribución de planta.....	92
3.2.7 Localización.....	93
3.2.7.1 Macro localización.....	93
3.2.7.2 Micro localización. ....	94
3.2.8 Control de calidad. ....	97
3.3 CAPACIDAD DEL PROYECTO .....	98
3.3.1 Capacidad total diseñada por línea de producto o servicio .....	98

3.3.2 Capacidad instalada.....	99
3.3.3 Capacidad utilizada y proyectada.....	99
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO .....	101
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN .....	101
4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	101
4.2.1 Misión.....	101
4.2.2 Visión.....	101
4.2.3 Valores Corporativos.....	102
4.2.4 Organigrama.....	102
4.2.5 Asignación salarial.....	103
5. ESTUDIO FINANCIERO .....	104
5.1 INVERSIONES FIJA Y DIFERIDA .....	104
5.1.1 Inversión Fija.....	104
5.1.2 Inversión diferida.....	106
5.2 COSTOS Y GASTOS.....	106
5.2.1 Costos de producción.....	106
5.2.1.1 Costos fijos.....	106
5.2.1.2 Costos variables.....	107
5.2.1.3 Costos totales.....	108
5.2.2 Gastos de administración y ventas.....	108
5.2.2.1 Gastos fijos de administración y ventas .....	108
5.2.2.2 Gastos variables de administración y ventas .....	109
5.2.2.3 Gastos totales .....	109
5.3 CAPITAL DE TRABAJO.....	110
5.3.1 Periodo de capital de trabajo.....	110
5.3.2 Estructura del crédito.....	110
5.3.2.1 Amortización del crédito.....	110
5.3.2.2 Gastos financieros.....	112
5.3.3 Cuadro resumen del capital de trabajo.....	112
5.4 INVERSIÓN TOTAL .....	112

5.5 ESTRUCTURA DE CAPITAL .....	112
5.5.2 Recursos de financiación .....	113
5.6 PRECIO DE VENTA.....	113
5.7 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS .....	113
5.7.1 Estado de Resultados proyectado.....	113
5.7.2 Flujo de Fondos proyectado.....	114
5.7.3 Estado de Situación Financiera inicial y proyectado .....	116
5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA.....	118
5.8.1 Razones financieras.....	118
5.8.1.1 Razones de liquidez.....	118
5.8.1.2 Razones de operación.....	119
5.8.1.3 Razones de rentabilidad.....	119
5.8.1.4 Razones de endeudamiento.....	120
5.8.2 Indicadores de viabilidad.....	120
5.8.2.1 Tasa Interna Retorno (TIR).....	122
5.8.2.2 Valor Presente Neto (VPN).....	122
5.8.2.3 Período de recuperación.....	122
5.8.2.4 Punto de equilibrio.....	123
5.9 TAMAÑO DEL PROYECTO .....	124
6. CONCLUSIONES.....	126
7. RECOMENDACIONES .....	128
BIBLIOGRAFÍA .....	129
ANEXOS .....	138

## LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Parámetros muestra finita.....	43
Cuadro 2. Población por edad.....	44
Cuadro 3. Población residente en la ciudad de Bucaramanga.....	45
Cuadro 4. Frecuencia en que la población encuestada pide comida a domicilio. ....	45
Cuadro 5. Plataformas favoritas para pedir comida a domicilio.....	46
Cuadro 6. Preferencia de comida.....	47
Cuadro 7. Personas que pide comida a domicilio para ocasiones especiales. ....	48
Cuadro 8. Características dadas a la comida.....	49
Cuadro 9. Preferencia de restaurante a domicilio. ....	50
Cuadro 10. Precio de comida según encuestados. ....	51
Cuadro 11. Medio de pago favorito. ....	52
Cuadro 12. Medio de publicidad escogido por los encuestados. ....	53
Cuadro 13. Elementos importantes a la hora de elegir un restaurante. ....	54
Cuadro 14. Consumo de comida peruana.....	55
Cuadro 15. Restaurantes con menú comida peruana en la ciudad de Bucaramanga....	56
Cuadro 16. Población que indica restaurante peruano que conocen de la ciudad de Bucaramanga. ....	57
Cuadro 17. Aprobación de la propuesta fusión. ....	58
Cuadro 18. Precio por el cual estarían dispuestos a pagar por un plato en Fusión Perú. ....	58
Cuadro 19. Comentarios de algunas personas encuestadas que dejaron su aporte al proyecto.....	59
Cuadro 20. Pronóstico de demanda entre los primeros cinco años.....	61
Cuadro 21. Comparativo de precios competidores. ....	64
Cuadro 22. Presupuesto lanzamiento restaurante. ....	74
Cuadro 23. Presupuesto de operación.....	75
Cuadro 24. Ficha técnica Arroz Chaufa Fusión.....	77
Cuadro 25. Ficha técnica Ceviche mixto Perú-manga. ....	78

Cuadro 26.Talento humano.....	86
Cuadro 27.Equipo de oficina. ....	87
Cuadro 28.Equipo de computación y comunicación.....	88
Cuadro 29.Maquinaria y equipo .....	88
Cuadro 30.Muebles y enseres operativos o de producción.....	89
Cuadro 31.Herramientas, repuestos y accesorios.....	90
Cuadro 32.Materiales directos, insumos o mercancía para la venta. ....	91
Cuadro 33. Materiales indirectos.....	92
Cuadro 34.Distribución de Planta.....	92
Cuadro 35.Factores micro localización, método cualitativo.....	97
Cuadro 36.Capacidad diseñada .....	98
Cuadro 37.Capacidad instalada .....	99
Cuadro 38.Capacidad utilizada y proyectada.....	100
Cuadro 39.Asignación salarial.....	103
Cuadro 40.Maquinaria y equipo .....	104
Cuadro 41.Muebles y enseres.....	104
Cuadro 42.Equipos de oficina .....	105
Cuadro 43.Equipos de computación y comunicación.....	105
Cuadro 44. Herramientas .....	105
Cuadro 45.Total, de inversión fija.....	105
Cuadro 46.Inversión diferida .....	106
Cuadro 47.Costos fijos .....	106
Cuadro 48.Costos variables .....	107
Cuadro 49.Insumos y/o materias primas .....	107
Cuadro 50. materiales indirectos.....	108
Cuadro 51. Costos variables. ....	108
Cuadro 52. Costos totales.....	108
Cuadro 53. Nomina administrativa. ....	108
Cuadro 54.Gastos fijos de admón. y ventas.....	109
Cuadro 55. Total, gastos de administración y ventas.....	109

Cuadro 56. Estructura del crédito.....	110
Cuadro 57. Amortización del crédito. ....	110
Cuadro 58.Capital de trabajo.....	112
Cuadro 59.Inversión total .....	112
Cuadro 60.Recursos. ....	112
Cuadro 61.Precio de venta.....	113
Cuadro 62.Estado de resultado proyectado. ....	113
Cuadro 63.Flujo de fondos proyectado. ....	114
Cuadro 64.Estado de Situación Financiera inicial y proyectado.....	116
Cuadro 65.Razón de liquidez. ....	118
Cuadro 66.Razón de operación.....	119
Cuadro 67.Razón de rentabilidad.....	120
Cuadro 68.Razón de endeudamiento.....	120
Cuadro 69.Flujo efectivo neto y VNA. ....	121
Cuadro 70.Período de recuperación. ....	122
Cuadro 71.Análisis de costos y ventas.....	123
Cuadro 72.Cálculo del punto de equilibrio.....	124
Cuadro 73.Punto de equilibrio .....	124

## LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1.Mapa de Bucaramanga.....	33
Figura 2.Empaque Ceviche.....	35
Figura 3.Empaque para el Chaufa.....	36
Figura 4. Chaufa y wantanes, creación propia Chef, Jhon Horna.....	37
Figura 5. Ceviche mixto.....	38
Figura 6.Indicadores edades y género.....	39
Figura 7.Calculo tamaño de la muestra finita.....	42
Figura 8. Población por edad.....	44
Figura 9. Población residente en la ciudad de Bucaramanga.....	45
Figura 10.Frecuencia en que la población encuestada pide comida a domicilio.....	46
Figura 11.Plataformas favoritas para pedir a domicilio.....	47
Figura 12.Preferencia de comida.....	48
Figura 13.Personas que pide comida a domicilio para ocasiones especiales.....	49
Figura 14.Características dadas a la comida.....	50
Figura 15.Precio de comida según encuestados.....	52
Figura 16.Medio de pago favorito.....	53
Figura 17.Medio de publicidad escogido por los encuestados.....	54
Figura 18.Elementos importantes a la hora de elegir un restaurante.....	55
Figura 19. Consumo de comida peruana.....	56
Figura 20. Restaurantes con menú comida peruana en la ciudad de Bucaramanga.....	57
Figura 21. Aprobación de la propuesta fusión.....	58
Figura 22. Precio por el cual estarían dispuestos a pagar por un plato principal en Fusión Perú.....	59
Figura 24.Logo y productos de Pisco Perú.....	62
Figura 25.Logo y productos de Llama Perú.....	63
Figura 26.Logo y productos de Perú Sazón.....	64
Figura 27. Ficha Benchmarking.....	65

Figura 28. Variedad de platos. ....	66
Figura 29. Logo y eslogan. ....	67
Figura 30. Valor desarrollador Web. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Figura 31. Precio GAMMA WEB. ....	74
Figura 33. Diagrama de flujo del servicio del restaurante .....	82
Figura 34. Distribución en planta restaurante. ....	92
Figura 35 POT 2014-2027. ....	95
Figura 36. Foto opción de ubicación proyecto 1. ....	95
Figura 37. Foto opción de ubicación proyecto 2. ....	96
Figura 38. Foto opción de ubicación proyecto 3. ....	96
Figura 39. Organigrama .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## LISTA DE ANEXOS

Anexo A.Cuestionario encuesta .....	138
Anexo B.Cotización Sistema de Gestión en gestión de la Seguridad y Salud del Trabajo. .....	142
Anexo C.Cotización Análisis Ambiental.....	147
Anexo D.Cotización Desarrollador Web. ....	148
Anexo E.Cotización Gamma Web. ....	149

## RESUMEN

**TÍTULO:** FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA FUSIÓN COLOMBO-PERUANA CON SERVICIO VIRTUAL, EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA\*

**AUTOR:** KAREN VANESSA CÁCERES MURALLAS\*\*

**PALABRAS CLAVE:** FUSIÓN, INTERNACIONAL, GASTRONOMÍA, EMPRESA.

### DESCRIPCIÓN:

Este análisis de viabilidad se enfoca en un minucioso estudio para determinar si es factible la creación de un restaurante de comida fusión colombo-peruana. El servicio sería exclusivamente virtual, operando bajo el concepto de dark kitchens en la ciudad de Bucaramanga, mediante los estudios de mercados, técnico, administrativo, financiero y la evaluación del mismo, ofreciendo una nueva forma de experimentar la comida desde la comodidad de cualquier espacio.

Usando el método descriptivo donde el enfoque se realiza como un corte en el tiempo, centrándose en obtener información detallada sobre el fenómeno en cuestión, la cual se recolectará a través de una encuesta estructura para conocer gustos y preferencias del público objeto, obteniendo un resultado positivo de interes en conocer el poryecto con un porcentaje de aceptación del 86,09%.Fusión Perú, es un proyecto atractivo al público, el cual cuenta con los recursos técnicos, humanos y materias primas para dar sus primeros pasos en el mercado. Se contará con el mejor talento y excelente servicio innovador para atender a toda la comunidad en general de la ciudad de Bucaramanga.El sector gastronómico está experimentando un notable auge, impulsado por las condiciones de movilidad urbana y una clientela más exigente. Esto ha resultado en un incremento significativo en la oferta gastronómica de la ciudad, lo que a su vez ha llevado a una mayor diversidad y calidad en las propuestas culinarias disponibles para los consumidores.

Este proyecto surge como una oportunidad identificada en la pandemia post-COVID-19. Aunque algunos restaurantes ya ofrecían servicio a domicilio a través de aplicaciones de entrega, la propuesta de un restaurante sin servicio de espacio físico de atención al público se ha vuelto más viable. Se busca ofrecer una experiencia culinaria única y excepcional, capaz de llegar hasta el hogar o cualquier espacio donde una persona desee disfrutarla.

---

\* Trabajo de grado

\*\* Universidad Industrial de Santander, Instituto de Proyección Regional y a Distancia IPRED, Gestión Empresarial. Director: María Del pilar Bonilla Gómez. Especialista en Pedagogía para el desarrollo de la Inteligencia.

## ABSTRACT

**TITLE:** FEASIBILITY STUDY FOR THE CREATION OF A COLOMBIAN-PERUVIAN FUSION RESTAURANT WITH VIRTUAL SERVICE, IN THE CITY OF BUCARAMANGA\*

**AUTHOR:** KAREN VANESSA CÁCERES MURALLAS\*\*

**KEY WORDS:** FUSION, INTERNATIONAL, GASTRONOMY, BUSINESS.

### DESCRIPTION:

This feasibility analysis focuses on a detailed study to determine if the creation of a Colombian-Peruvian fusion food restaurant is feasible. The service would be exclusively virtual, operating under the concept of dark kitchens in the city of Bucaramanga, through market, technical, administrative, financial studies and its evaluation, offering a new way of experiencing food from the comfort of any space.

Using the descriptive method where the approach is carried out as a cut in time, focusing on obtaining detailed information about the phenomenon in question, which will be collected through a structured survey to know the tastes and preferences of the target audience, obtaining a positive result. of interest in knowing the project with an acceptance percentage of 86.09%

Fusion Peru is a project attractive to the public, which has the technical, human and raw materials resources to take its first steps in the market. The best talent and excellent innovative service will be available to serve the entire community in general of the city of Bucaramanga.

The gastronomic sector is experiencing a notable boom, driven by the conditions of urban mobility and a more demanding clientele. This has resulted in a significant increase in the city's gastronomic offering, which in turn has led to greater diversity and quality in the culinary offerings available to consumers.

This project arises as an opportunity identified in the post-COVID-19 pandemic. Although some restaurants already offered home delivery through delivery applications, the proposal of a restaurant without a physical customer service space has become more viable. The aim is to offer a unique and exceptional culinary experience, capable of reaching the home or any space where a person wishes to enjoy it.

---

\* Thesis

\*\* Industrial University of Santander, Institute of Regional and Distance Projection IPRED, Business Management. Director: María Del Pilar Bonilla Gomez. Pedagogy Specialist for Intelligence Development.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de grado se centra en la evaluación de la viabilidad de un restaurante de comida fusión colombo-peruana en Bucaramanga, bajo el modelo de cocina oculta o "dark kitchen". Este proyecto explora la factibilidad técnica, financiera, de mercado y socioambiental del negocio, con el objetivo de determinar su potencial éxito en la ciudad.

La gastronomía colombiana y peruana se caracterizan por su riqueza en sabores, ingredientes y técnicas culinarias. Ambas cocinas comparten una base agrícola similar, lo que permite una fusión natural y armoniosa de sus elementos. La ciudad de Bucaramanga, con su creciente población y diversidad cultural, presenta un escenario ideal para explorar esta propuesta culinaria innovadora.

El restaurante ofrecerá a sus clientes una experiencia gastronómica única, combinando los sabores tradicionales de Colombia y Perú en platos creativos y exquisitos. La modalidad de cocina oculta permitirá optimizar costos y ofrecer precios competitivos, sin sacrificar la calidad de los ingredientes ni la presentación de los platos.

El estudio de factibilidad se realizará mediante un análisis exhaustivo de los siguientes aspectos:

**Factibilidad técnica:** Se evaluará la disponibilidad de recursos y equipos necesarios para la operación del restaurante, incluyendo la cocina, el personal y los proveedores.

**Factibilidad financiera:** Se analizará la viabilidad económica del proyecto, incluyendo la inversión inicial, los costos operativos, los ingresos proyectados y la rentabilidad esperada.

**Estudio de mercado:** Se analizará la demanda potencial del restaurante, la competencia existente y las estrategias de marketing necesarias para alcanzar el público objetivo.

Análisis socioambiental: Se evaluarán los impactos ambientales y sociales del proyecto, considerando aspectos como la gestión de residuos, la generación de empleo y el aporte a la cultura local.

Énfasis en la cocina oculta: Se destacará el modelo de negocio de cocina oculta como una ventaja competitiva, permitiendo optimizar costos y ofrecer precios competitivos.

Experiencia gastronómica única: Se enfatizará la propuesta culinaria innovadora, que fusiona los sabores tradicionales de Colombia y Perú en platos creativos y exquisitos.

Impacto en la economía local: Se resaltará el potencial del restaurante para generar empleo y contribuir al desarrollo económico de la ciudad.

También se prestará especial atención a la presentación de los alimentos, que se caracteriza por sus colores, texturas y olores, permitiendo a los comensales disfrutar de platos concebidos con gran atención a los detalles.

Con la llegada de la pandemia de COVID-19, el mundo entero se vio obligado a quedarse en casa, lo que limitó la posibilidad de disfrutar de restaurantes o cafeterías. Aunque en la región la entrega a domicilio en restaurantes ya era común desde hace años, el auge y la prominencia de las aplicaciones de comida y envío se incrementaron durante el período de confinamiento. Esto creó un nicho de mercado aún poco explotado: la venta exclusiva de comidas a través de entregas a domicilio. Esta modalidad permite que los clientes disfruten de sus alimentos en la comodidad de sus hogares.<sup>1</sup>

El presente trabajo de grado permitirá determinar la viabilidad del restaurante de comida fusión colombo-peruana en Bucaramanga. Se espera que el estudio proporcione información valiosa para la toma de decisiones y el desarrollo exitoso del proyecto.

---

<sup>1</sup> SOTO, Salomon, Plataformas de domicilios reportaron crecimiento durante la cuarentena por covid-19, 26 de septiembre de 2020, (Colombia) [Consulta: 30 de septiembre 2023]. (En línea) Disponible en: <https://www.larepublica.co/especiales/el-boom-del-comercio-electronico/plataformas-de-domicilios-reportaron-crecimiento-durante-la-cuarentena-por-covid-19-3066590>

## 1. ANÁLISIS GENERAL DEL SECTOR

### 1.1 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR

El sector económico al que pertenece el proyecto acorde a la Clasificación de Actividades Económicas **CIIU El Código 1084** incluye: La elaboración de platos a base de carne o de pollo. Elaboración de platos a base de pescado, incluido pescado con papas fritas. La elaboración de platos a base de legumbres y hortalizas. La elaboración de estofados o guisados enlatados y comidas empacadas al vacío. La elaboración de platos a base de alcuzcuz. La elaboración de pizza congelada o conservada de otra manera. La elaboración de tamales y productos similares congelados o enlatados. La elaboración de cerdo relleno (lechona) enlatado o congelado.<sup>2</sup>

Según la página Compite360° “la actividad de servicios de comida y bebida actualmente en Santander se cuenta con 111.789 empresas, en Bucaramanga se cuenta con 48.807 empresas inscritas de dicho sector”.<sup>3</sup>

El sector de alojamiento y servicios de comida representó el 3,9% del PIB de Colombia en el año 2022, aportando \$56,7 billones de pesos (aproximadamente USD 15 mil millones).<sup>4</sup>

Antes de la pandemia, el sector aportó \$33.703 millones de pesos (aproximadamente USD 9 mil millones) al PIB.<sup>5</sup>

---

<sup>2</sup> Dian-Rut tramites y consultas, código 1084: (Colombia) [Consulta: 30 de septiembre 2023]. (En línea) Disponible en: <https://dian-rut.com/codigo-ciiu/1084/>

<sup>3</sup> Compite 360° ADN Métrica [Consulta: 19 de diciembre 2023]. (En línea) Disponible en: <https://www.compitem360.com/sitio/CIAdnMetrica/>

<sup>4</sup> Camara de comercio del sector Gastronomico, Consulta: 16 de junio de 2024]. (En línea) Disponible en: <https://www.andi.com.co/Home/Camara/1045>

<sup>5</sup> Op. cit.,p.1

En la región de los Santanderes, ha surgido una rica tradición culinaria que se destaca notablemente del resto del país debido a la elaboración cuidadosa de sus platillos y a una diversidad de sabores. Los conocedores atribuyen esto a la preservación de técnicas y recetas de la cocina española, evidenciada, por ejemplo, en la utilización ingeniosa de carnes curadas y en la incorporación de conservas.<sup>6</sup>

La diversidad gastronómica de Santander es altamente apreciada por especialistas y turistas debido a sus sabores y preparaciones distintivas. No obstante, sus platos principales, como el Mute y la Pepitoria, tienen poca presencia en los restaurantes del resto del país. De hecho, los escasos restaurantes santandereanos que se encuentran en otras ciudades son mayormente visitados por la comunidad santandereana<sup>7</sup>.

En los últimos años, el auge turístico ha permitido que los colombianos se acerquen a las exquisiteces culinarias de Santander. El desarrollo turístico en áreas como la Mesa de los Santos y el Cañón del Chicamocha, así como en los municipios de Socorro, San Gil y Barichara, entre otros, ha servido como la principal vitrina para la comida tradicional de Santander.<sup>8</sup>

En 2022, Santander recibió 33.773 turistas extranjeros un 82% más que en 2021<sup>9</sup>, representando el turismo en Santander representa el 7,8% del PIB departamental.<sup>10</sup>

En tiempos recientes, la gastronomía se ha convertido en una forma de expresión artística. Durante mucho tiempo, la cocina fue considerada de manera ancestral, siguiendo las recetas paso a paso de forma original. Hoy en día, los cocineros tienen

---

<sup>6</sup> La cocina colombiana: mestiza, diversa e irresistible, COLOMBICA CO, [Consulta: 19 de diciembre 2023]. (En línea) Disponible en: <https://www.colombia.co/cultura-colombiana/gastronomia/la-cocina-colombiana-mestiza-diversa-e-irresistible/>

<sup>7</sup> ALZATE, María José– Comunicaciones Levapan, Platos típicos de santander, y su riqueza gastronómica. [Consulta: 30 de septiembre 2023]. (En línea) Disponible en: <https://www.institucionalcolombia.com/tendencias-gastronomicas/platos-mas-vendidos/platos-tipicos-santander>

<sup>8</sup> Op. cit., p.2

<sup>9</sup> Boletín de turismo bucaramanga consolidado 2022, [Consulta: 16 de junio 2024]. (En línea) Disponible en: <https://imct.gov.co/wp-content/uploads/2023/05/BOLETIN-DE-TURISMO-2022-CONSOLIDADO.pdf>

<sup>10</sup> Prosantander, [Consulta: 16 de junio de 2024]. (En línea) Disponible en: <https://prosantander.org/>

mayor libertad para crear y expresar su creatividad, alejándose de los parámetros establecidos, por lo que la gastronomía puede formar parte de la cultura de un país.<sup>11</sup>

Los restaurantes pueden tomar muchas formas, desde restaurantes independientes hasta cadenas de restaurantes, restaurantes de comida rápida y más. Esencialmente, cualquier negocio que permita a los clientes ingresar a las instalaciones, pedir comida y comer esa comida en las instalaciones puede considerarse parte de la industria de restaurantes, incluso si ofrece otros servicios.<sup>12</sup>

Si bien la industria de los restaurantes tiene una definición bastante específica, vale la pena recordar que todavía hay muchos tipos diferentes de negocios que caen bajo el paraguas más amplio de la industria de los restaurantes, incluidos todos los siguientes:

**Restaurante de alta cocina:** restaurantes que brindan un servicio de alto nivel, que incluye comida de calidad, una presentación sofisticada, un nivel de formalidad en la experiencia y personal altamente calificado. Los ingredientes utilizados serán de gama alta, y los chefs que trabajan en restaurantes de alta cocina son algunos de los más aclamados de la industria.

**Restaurante informal:** restaurantes que ofrece un entorno más relajado para que los clientes disfruten de sus comidas. Esto significa que el nivel de formalidad se atenúa en comparación con los restaurantes de alta cocina.

**Restaurante informal contemporáneo:** restaurantes casuales contemporáneos son similares a los restaurantes casuales. Aun así, enfatizan más la estética para atraer a los clientes modernos que deseen tomar fotografías de sus comidas y su experiencia gastronómica para las redes sociales.

---

<sup>11</sup> FONSECA, N. M., y LUNA, J. Significados sociales y culturales que orientan el consumo hedónico de alimentos en restaurantes tipo gourmet en ejecutivos entre los 25 y 55 años en la ciudad de bogotá. (febrero de 2017),(Colombia) [Consulta: 03 de octubre 2023]. (En línea) Disponible en: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/2470/Martinezfonsecanathalia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

<sup>12</sup> Industria de restaurantes: descripción general, tipos, ejemplos y más Anónimo [Consulta: 03 de octubre 2023]. (En línea) Disponible en: <https://www.revfine.com/es/restaurante-industria/>

**Restaurante informal rápido:** restaurantes informales rápidos operan en el espacio entre los restaurantes de comida rápida y los restaurantes informales. Se pone un mayor énfasis en la velocidad del servicio, y la mayoría de los restaurantes en esta categoría tomarán órdenes de un mostrador en lugar de proporcionar un servicio de mesa completo.

**Restaurante de comida rápida:** restaurantes de comida rápida se centran en la velocidad y la comodidad. Si bien cenar en el lugar es una opción, la mayoría de los restaurantes de comida rápida también brindan un servicio rápido para llevar, y muchos brindarán un servicio de autoservicio.

**Cafetería:** restaurante buffet es un restaurante que funciona colocando la comida en un espacio público, con los clientes sirviéndose a sí mismos y llevándose la comida a sus mesas. Los bufets dentro de la industria de los restaurantes a menudo se enfocan en un tipo particular de cocina, aunque algunos brindan diversas opciones.

**Food truck y puestos de comida:** Los food trucks y los puestos de comida se encuentran entre las opciones más informales dentro de la industria de los restaurantes. Estas empresas operan un puesto simple o un camión de comida, donde se prepara la comida y se entrega a los clientes que pagan. Las opciones de comida por lo general son muy limitadas e incluso puede centrarse en un solo alimento, como perritos calientes, hamburguesas o pizzas.

**Restaurante fantasma/virtual:** restaurante fantasma o virtual es un concepto relativamente nuevo que desafía la definición establecida de la industria de restaurantes. Esencialmente, se refiere a un negocio de servicio de alimentos que opera servicios de comida para llevar o de entrega únicamente y que funciona como una entidad propia mientras utiliza la cocina y la infraestructura de un restaurante existente. Este concepto se hizo mucho más popular debido a la pandemia de COVID-19.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Industria de restaurantes: descripción general, tipos, ejemplos y más Anónimo [Consulta: 03 de octubre 2023]. (En línea) Disponible en: <https://www.revfine.com/es/restaurante-industria/>

La fusión de la cocina colombiana y peruana, dos gastronomías con ingredientes y sabores similares, ha dado lugar a una nueva propuesta culinaria que está ganando popularidad en los últimos años. Esta fusión se caracteriza por:

**Combinación de Ingredientes:** La fusión colombo-peruana combina ingredientes típicos de ambas gastronomías, como el ají peruano con el ají colombiano, el maíz y las papas, creando nuevos platos con sabores únicos.

**Técnicas Compartidas:** Ambas cocinas comparten técnicas culinarias como la fritura, el asado y la cocción al vapor, que se utilizan para preparar platos fusionados con un toque familiar.

**Sabores Exóticos:** La fusión colombo-peruana ofrece una explosión de sabores exóticos y vibrantes, que atraen a los amantes de la cocina aventurera.

**Un Puente Cultural:** La gastronomía fusionada sirve como un puente cultural que une a dos países con una rica historia y tradiciones culinarias.

La cocina peruana ha ganado reconocimiento internacional en los últimos años, posicionándose como una de las mejores del mundo. Esto ha impulsado la apertura de restaurantes peruanos en todo el mundo, incluyendo Colombia. La fusión colombo-peruana está despertando un gran interés entre los amantes de la gastronomía, quienes buscan nuevas experiencias culinarias que combinen sabores familiares con toques exóticos.

La creciente popularidad de la cocina peruana y la fusión colombo-peruana presenta una oportunidad para emprendedores culinarios que deseen abrir restaurantes o negocios relacionados con estas gastronomías.

El sector de restaurantes en América Latina tiene un valor cercano a los \$250 mil millones de dólares, considerando 7 países. Brasil lidera el gasto per cápita en restaurantes de la región, con casi \$700 millones de dólares al año, seguido por Argentina y México.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Aaron allen y asociados, Industria de Restaurantes en América Latina: Oportunidades y Desafíos [Consulta: 03 de octubre 2023]. (En línea) Disponible en: <https://aaronallen.com/blog/industria-de-restaurantes-america-latina>

El ámbito gastronómico es mayormente informal, y Acodres es una asociación que únicamente acepta a restaurantes formales. De los 17.000 establecimientos formales que existen en Colombia, 10.000 están afiliados a Acodres.<sup>15</sup>

### **¿El sector está invirtiendo en tecnología?**

Definitivamente. Numerosos restaurantes han creado sus propias plataformas en línea que incluyen servicios de entrega a domicilio, con el objetivo de estar más conectados con sus clientes. Además, el uso del menú digital, aunque ha generado controversia, se ha consolidado como una práctica permanente. A pesar de ello, se continuará manteniendo la opción del menú físico.<sup>16</sup>

Es importante destacar que el menú digital ha ayudado al sector a ingresar al ecosistema digital, así como a nosotros como gremio a obtener información sobre cifras de consumo y tendencias en el servicio a la mesa. Una de las novedades que presenta el gremio es que comenzamos a elaborar un informe sectorial en función de esos indicadores.<sup>17</sup>

## **1.2 EVOLUCIÓN DEL SECTOR**

Desde la época de la prehistoria siempre se ha buscado innovar y encontrar técnicas de perfección en la cocina, si nos remontamos a la época entre los años 300.000 a.c, en plena época glacial, donde se descubrió el fuego por primera vez y se dejó de lado comer

---

<sup>15</sup> GÓMEZ PARÍS, Guillermo, presidente del gremio de restaurantes Acodres, Sector gastronómico en Colombia se encuentra en 'modo supervivencia' (18 de enero 2023) Anónimo [Consulta: 03 de octubre 2023]. (En línea) Disponible en: <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/sector-gastronomico-en-colombia-se-encuentra-en-modo-supervivencia-577030>

<sup>16</sup> LORDUY, Johanna, Sector gastronómico en Colombia se encuentra en 'modo supervivencia REVISTA PORTAFOLIO' (18 de enero de 2023) [Consulta: 10 de octubre 2023]. (En línea) Disponible en: <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/sector-gastronomico-en-colombia-se-encuentra-en-modo-supervivencia-577030>

<sup>17</sup> Ibid.,p.2

la carne cruda a experimentar nuevos sabores. Se da paso a las bases del desarrollo de la civilización y el nacimiento de la cultura gastronómica.<sup>18</sup>

La historia de la gastronomía se origina en la antigüedad clásica, cuando surgieron los primeros compendios de recetas, en parte impulsados por la presencia de alimentos de diversas regiones de África, Asia y Europa del norte en la Roma Imperial. En este contexto, la dieta romana tradicional experimentó una expansión significativa, convirtiendo la acción de comer en un ceremonial que incluía la presentación de los alimentos antes de incorporarlos a los banquetes, reservados para la nobleza y los adinerados. En este periodo, destacaron escritores sobre gastronomía como Lúculo y Marco Gravio Apicio.<sup>19</sup>

En la Edad Media, la cocina bizantina y árabe, que heredó influencias de las tradiciones gastronómicas griegas y romanas, tuvo una notable influencia, especialmente en las regiones donde los moros ejercieron su dominio, como el sur de España (Al-Ándalus) o Italia. A pesar de las hambrunas y la miseria que caracterizaron este extenso período, la gastronomía fue altamente apreciada. Durante esta época, surgieron tratados culinarios comunes, como "The forme of Curry" de Ricardo III de Inglaterra, o "Daz Buch von guter Spise", una obra anónima alemana.<sup>20</sup>

Durante el Renacimiento europeo, la gastronomía adquirió una importancia aún mayor, especialmente en Francia, donde el barroco y la dinastía borbónica fomentaron las artes culinarias entre la nobleza, incluso en momentos en que la población general enfrentaba escasez de alimentos. Este fenómeno, sin duda, influyó en la Revolución Francesa de 1789. Uno de los tratados gastronómicos más destacados de esa época fue "Arte de

---

<sup>18</sup> Gabandé, Enric Ribera, El Homo Erectus domesticó el fuego, (17 de julio de 2016) [Consulta: 10 de octubre 2023]. (En línea) Disponible en: <https://excelenciasgourmet.com/es/noticia/el-homo-erectus-domestico-el-fuego>

<sup>19</sup> Rojas, Jesús, Breve historia de la gastronomía: cuándo nació el arte del comer y qué implica. ) [Consulta: 10 de octubre 2023]. (En línea) Disponible en: <https://www.directoalpaladar.com/cultura-gastronomica/breve-historia-gastronomia-cuando-nacio-arte-comer-que-implica>

<sup>20</sup> Ibid.,p.3

cocina, pastelería, bizcochería y conservería" (1611) del español Francisco Martínez Motiño.<sup>21</sup>

En la Edad Contemporánea, la gastronomía experimentó una popularización que la alejó de su exclusividad en los sectores aristocráticos. No obstante, eventualmente, volvió a convertirse en un distintivo de clase, pero esta vez bajo la influencia de la burguesía. El surgimiento de los restaurantes y la introducción de alimentos enlatados durante la Revolución Industrial marcaron un cambio paradigmático en la alimentación en Occidente, como lo destacaron figuras como Brillat Savarin en su obra "Fisiología del gusto" (1826) o Alexandre Dumas en "Le Grand Dictionnaire de Cuisine" (1873).<sup>22</sup>

Con la llegada del siglo XX y la producción masiva de alimentos, la gastronomía se diversificó enormemente, distinguiendo entre otras cosas la cocina "de autor" o de restaurantes "artísticos", de la fast food. En este marco nació la novélale cuisine, que intenta juntar tradición y sencillez en una nueva forma de cocinar.<sup>23</sup>

**Gastronomía en la antigüedad:** La alimentación de las civilizaciones antiguas se enfocó en la supervivencia y la obtención de nutrientes básicos. Con el desarrollo de la agricultura, la comida adquirió un valor más allá de lo funcional y se convirtió en un elemento cultural.

**Intercambio y difusión de sabores:** Durante la Edad Media, el florecimiento del comercio facilitó el intercambio de ingredientes y recetas entre distintas regiones del mundo. Especies y productos exóticos provenientes del Oriente llegaron a Europa, lo que enriqueció la cocina y dio origen a nuevas formas de preparar los alimentos.<sup>24</sup>

---

<sup>21</sup> Ibid.,p.4

<sup>22</sup> Ibid.,p.5

<sup>23</sup> Ibid.,p.6

<sup>24</sup> GUERRA V, Yosvanys La evolución de la gastronomía un viaje a través del tiempo 01 de agosto de 2023, [Consulta: 04 de octubre 2023]. [EN LÍNEA] Disponible en: [https://gestiongastronomia.com/la-evolucion-de-la-gastronomia-un-viaje-a-traves-del-tiempo#La\\_Evolucion\\_de\\_la\\_Gastronomia\\_Un\\_Viaje\\_a\\_Traves\\_del\\_Tiempo](https://gestiongastronomia.com/la-evolucion-de-la-gastronomia-un-viaje-a-traves-del-tiempo#La_Evolucion_de_la_Gastronomia_Un_Viaje_a_Traves_del_Tiempo)

**El renacimiento y la exuberancia culinaria:** La gastronomía europea experimentó una época dorada durante el Renacimiento. Los banquetes eran una exhibición de riqueza y autoridad, con platos elaborados que sorprendían a los invitados.<sup>25</sup>

**Revolución industrial y cambios culinarios:** La producción en masa y los nuevos electrodomésticos cambiaron la forma en que se preparaba la comida con la revolución industrial. Los restaurantes comenzaron a surgir, ofreciendo una gastronomía más sofisticada.

La cocina moderna: Auguste Escoffier: Auguste Escoffier puso las bases de la cocina moderna en el siglo XIX. Sus estrategias y organizaciones fueron tan influyentes que todavía se usan en la cocina moderna.<sup>26</sup>

**Globalización de la gastronomía:** Con el progreso de los sistemas de transporte y comunicación en el siglo XX, se produjo una fusión de ingredientes y recetas de distintas culturas, lo que dio lugar a la cocina internacional que conocemos en la actualidad.

**Tecnología en la cocina:** En la era actual, la tecnología ha incursionado en el ámbito culinario con la introducción de equipos atractivos y métodos innovadores. Esta tendencia ha posibilitado la creación de platos asombrosos y experiencias gastronómicas excepcionales.<sup>27</sup>

**Sostenibilidad y salud:** La creciente preocupación por la sostenibilidad y la salud ha impulsado la búsqueda de ingredientes locales, orgánicos y más saludables en la cocina actual. Este enfoque busca equilibrar el placer culinario con la alimentación consciente, reconociendo que los productos que consumimos y la forma en que los preparamos tienen un impacto directo en nuestra salud personal y en el cuidado del planeta. La cocina sostenible puede contribuir significativamente al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, promoviendo una alimentación más saludable y respetuosa con el medio ambiente.<sup>28</sup>

---

<sup>25</sup> Ibid.,p.2

<sup>26</sup> Ibid.,p.3

<sup>27</sup> Ibid.,p.4

<sup>28</sup> Ibid.,p.5

Cabe decir que este sector da oportunidad de trabajo a muchos jóvenes, donde más del 30% son personas menores de 28 años, según datos oficiales del DANE. Y un 66% de la generación de empleo se registra con personal femenino en el sector de restaurantes.<sup>29</sup> Culminado el primer semestre de 2023, el Dane reveló que las actividades de alojamiento y servicios de comida aportaron al PIB 9,5 billones de pesos, incrementando en 1,7 por ciento lo registrado en el mismo periodo de 2022 (9,3 billones de pesos) y en un 21,3 por ciento con respecto al dato de 2019 (7,8 billones de pesos).<sup>30</sup>

Para el ministro de Industria, Comercio y Turismo, **Germán Umaña**, esta cifra refleja que el sector turismo en Colombia está "experimentando una sólida recuperación. Las actividades de alojamiento y servicios de comida han experimentado un crecimiento destacado, con un aumento del 21,3 por ciento en el PIB en el primer trimestre de 2023 en comparación con el mismo periodo en 2019",<sup>31</sup> comenta en dialogo con la ELTIEMPO.

### 1.3 TENDENCIAS DEL SECTOR

El mundo de la gastronomía se encuentra en constante evolución y cambio, adaptándose a las nuevas tendencias y demandas del mercado. Por ello, es importante estar al día con las últimas novedades y pronósticos en el sector Horeca, (abreviación de hoteles, restaurantes y cafés, en donde hay oportunidades de negocios identificadas y aspectos a tener en cuenta para aprovecharlas.)<sup>32</sup>

---

<sup>29</sup> La Cámara del Sector Gastronómico de la ANDI manifiesta su preocupación por los impactos negativos que el Proyecto de Reforma Laboral representaría para este sector (20 de abril de 2023), (Bogotá, Colombia) [Consultado: 04 de octubre de 2023] [En línea]: Disponible en: <https://www.andi.com.co/Home/Noticia/17428-la-camara-del-sector-gastronomico-de-la#:~:text=El%20sector%20de%20alojamiento%20y,con%20casi%201.500.000%20empleos.>

<sup>30</sup> PEÑA CASTAÑEDA, Camilo, Turismo en Colombia: Las razones que explican su 'sólida recuperación', (01 de julio del 2023) (Bogotá, Colombia) [Consultado: 04 de octubre de 2023] [En línea]: Disponible en: [https://www.eltiempo.com/vida/viajar/turismo-en-colombia-las-razones-que-explican-su-solida-recuperacion782491#:~:text=Culminado%20el%20primer%20semestre%20de,2019%20\(7%2C8%20billones%20de](https://www.eltiempo.com/vida/viajar/turismo-en-colombia-las-razones-que-explican-su-solida-recuperacion782491#:~:text=Culminado%20el%20primer%20semestre%20de,2019%20(7%2C8%20billones%20de)

<sup>31</sup> Ibid., p.2

<sup>32</sup> ¿Qué es horeca y qué importancia tiene?, IMPULSO 06 Formación y empleo, Anónimo, [Consultado: 04 de octubre de 2023] [En línea]: Disponible en: <https://impulso06.com/que-es-horeca-y-que-importancia->



los chefs y restaurantes deberán ofrecer opciones de menú que fusionen sabores y culturas para sorprender a los comensales.<sup>37</sup>

Asimismo, la cocina de autor seguirá ganando terreno en el mundo de la gastronomía, donde los chefs buscan imprimir su sello personal en cada plato y ofrecer una experiencia gastronómica única e irrepetible.

**La importancia de la sostenibilidad en la gastronomía:** La sostenibilidad se ha convertido en una de las preocupaciones más importantes en la sociedad actual, y el sector gastronómico no es ajeno a esta preocupación. Para el 2023, se espera que la sostenibilidad siga ganando importancia en el sector, donde los consumidores valoran cada vez más la utilización de productos locales y de temporada, así como el uso de envases y materiales eco-friendly.<sup>38</sup>

Además, se espera que los establecimientos adopten medidas para reducir su huella de carbono y promover prácticas más sostenibles en la preparación y consumo de alimentos.

**La inclusión de tecnología en la gastronomía:** La tecnología se ha convertido en una herramienta cada vez más importante en el sector gastronómico. Para el 2023, se espera que los restaurantes y establecimientos sigan adoptando soluciones tecnológicas para mejorar la experiencia de los clientes.<sup>39</sup>

Entre las tendencias más destacadas en este sentido se encuentran el uso de robots para la preparación de alimentos, la implementación de sistemas de pago móvil, la utilización de realidad aumentada para la presentación de los platos, y la integración de herramientas de inteligencia artificial para personalizar la experiencia del cliente.<sup>40</sup>

#### **1.4 IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS**

En el contexto del proyecto, se identifican las oportunidades y/o amenazas que hacen parte del entorno:

- Oportunidades:

---

<sup>37</sup> Ibid.,p.4

<sup>38</sup> Ibid.,p.5

<sup>39</sup> Ibid.,p.6

<sup>40</sup> Ibid.,p.7

- Propuesta que se adapta a la nueva realidad y a la tendencia de comida con servicio a domicilio.
- Fácil acceso de los usuarios a través de medios digitales.
- Innovación en la creación de una factibilidad, que dinamice y mejore las condiciones de entorno y bienestar donde ejecutará sus actividades comerciales.
- Amenazas:
  - Aumento en costos de operación derivados de situaciones socioeconómicas del país.
  - Devaluación del peso, aumento de la Tasa Representativa del Mercado (Dólar), el cual afecta que la economía no crezca a unos estándares razonables, perjudica las utilidades de la empresa y genera pérdidas.
  - Tasas de interés por parte del Banco de la República, el cual afecta el presupuesto y análisis para adquisición de créditos bancarios (préstamos).

## 1.5 MARCO LEGAL

El sector de alimentos en Colombia está regulado por diversas normas y leyes que garantizan la calidad, seguridad e higiene de los productos alimenticios. Se analiza la legislación aplicable a la creación de una empresa de alimentos en Colombia, específicamente en el caso de un restaurante de comida fusión colombo-peruana bajo el modelo de cocina oculta.

### Legislación sanitaria

**Decreto 3075 de 1997:** Reglamenta las condiciones higiénico-sanitarias para la fabricación, procesamiento, almacenamiento, transporte, distribución y expendio de alimentos y bebidas. Define las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) que deben seguirse en todos los establecimientos de alimentos.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> Decreto 3075 de 1997, [Consultado: 24 de octubre de 2023] [EN LÍNEA] Disponible en: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=3337>

**Resolución 2674 de 2013:** Establece los requisitos sanitarios y las BPM específicas para los restaurantes y demás establecimientos de expendio de alimentos.

**Legislación tributaria:**

**Decreto 422 de 1991:** Reglamenta parcialmente el Estatuto Tributario y define el servicio de restaurante, establece la base gravable y la tarifa del impuesto a las ventas para este tipo de establecimientos.

**Concepto 00003231 de 2018:** Emitido por la DIAN, aclara que los restaurantes de cocina oculta también están sujetos al impuesto a las ventas, independientemente de la forma de entrega de los alimentos (consumo en el lugar, para llevar o a domicilio).

**Legislación sobre manipulación de alimentos:**

**Decreto 3075 de 1997:** Establece la obligatoriedad de que todo el personal manipulador de alimentos tenga capacitación en buenas prácticas higiénicas.

**Resolución 765 de 2010:** Define los requisitos para la capacitación en manipulación de alimentos, así como los requisitos para ser manipulador de alimentos.

Consideraciones adicionales<sup>42</sup>

**Permisos y licencias:** Es necesario obtener los permisos y licencias requeridos por la autoridad sanitaria local para operar un restaurante de comida fusión colombo-peruana.

**Registro de marca:** Se recomienda registrar la marca del restaurante ante la Superintendencia de Industria y Comercio para proteger la propiedad intelectual.

Cumplimiento de las normas de propiedad intelectual: Es importante respetar las normas de propiedad intelectual al utilizar música, imágenes u otros elementos protegidos por derechos de autor en el restaurante.

## 1.6 CONTEXTO GEOGRÁFICO

Bucaramanga, la capital del Departamento de Santander, tiene sus raíces en la fundación realizada el 3 de junio de 1539 por Martín Galeano. Santander adquirió estatus de estado soberano en 1857 y, a partir de 1886, se convirtió en departamento, teniendo a

---

<sup>42</sup> Resolución 765 de 2010 Secretaría Distrital de Salud [Consultado: 24 de octubre de 2023] [EN LÍNEA] Disponible en: <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?dt=S&i=40508>

Bucaramanga como su capital. Este territorio se caracteriza por ser uno de los más montañosos del país, ya que está atravesado al norte por la cordillera Oriental.<sup>43</sup>

La Parroquia de Nuestra Señora de Chiquinquirá y San Laureano del Real de Minas de Bucaramanga fue el nombre otorgado por los habitantes a la parroquia fundada en 1772. Este lugar se estableció en el mismo sitio donde existía el "Real de Minas de Bucaramanga", un pueblo de indios creado en 1622 con el propósito de explotar el oro.<sup>44</sup>

En cierto periodo, Bucaramanga llegó a ser la sede de la Alcaldía Mayor de los Reales de Minas más cercanos. Sin embargo, con la disminución de la disponibilidad de oro, el lugar experimentó una transformación gradual en un pueblo habitado principalmente por criollos y mestizos, desplazando prácticamente a la población indígena.<sup>45</sup>

Aunque el origen de la palabra "Bucaramanga" no está documentado, se presume que tiene raíces indígenas, aunque el significado exacto no ha sido esclarecido debido a la falta de estudios lingüísticos sobre los primeros habitantes de la región. De todos modos, este es el nombre que ha identificado a la ciudad a lo largo del tiempo, y la formalidad de la retahíla utilizada como título para este artículo fue un protocolo empleado durante su "segunda fundación" en 1772. Este hecho se corrobora cuatro años después de la independencia política de España en 1823, cuando un decreto que ordenaba otorgarle el carácter de "Villa" a todas las antiguas parroquias, rebautiza a la ciudad con el nombre de "Villa de Bucaramanga".<sup>46</sup> En 1857, la Villa de Bucaramanga

---

<sup>43</sup> PERDOMO GONZÁLEZ, Román Javier ,ACOSTA LOZANO,Sergio Andrés y SIERRA FLÓREZ, Sol Ángela.Patrimonio arquitectónico del centro de bucaramanga, 2011. [Consultado: 24 de octubre de 2023] [EN LÍNEA] Disponible en: [https://www.academia.edu/108670266/Patrimonio\\_arquitectonico\\_del\\_centro\\_de\\_bucaramanga?uc-g-sw=18613337](https://www.academia.edu/108670266/Patrimonio_arquitectonico_del_centro_de_bucaramanga?uc-g-sw=18613337)

<sup>44</sup> Ibid.,p.2

<sup>45</sup> MORENO GONZÁLEZ, María Consuelo,historia de la provincia de guane: origen, poblamiento y configuraciones sociales (1540-1795), Tesis para optar al título de Doctora en Historia,universidad industrial de santander facultad de ciencias humanas escuela de historia, 2023, [Consultado: 24 de octubre de 2023] [EN LÍNEA] Disponible en: <https://noesis.uis.edu.co/server/api/core/bitstreams/19c96599-1be0-4c77-a9d7-faf78fa4f1b5/content>

<sup>46</sup> Bucaramanga, información general (anónimo) [Consulta: 15 de octubre 2023]. [EN LÍNEA] Disponible en: <https://www.colombiamania.com/ciudades/bucaramanga.html>

fue designada como la capital del estado independiente de Santander, un título que perdería cuatro años más tarde a favor de la Villa del Socorro. Sin embargo, gracias a la Constitución de 1896, Bucaramanga fue declarada de manera definitiva como la ciudad capital del departamento de Santander.<sup>47</sup> A finales del siglo XIX, Bucaramanga atravesó una crisis económica ocasionada por la Guerra de los Mil Días. No obstante, en la segunda década del siglo XX, la ciudad comenzó a recuperarse, experimentando un significativo crecimiento tanto en términos de población como de infraestructura.<sup>48</sup> En la actualidad, Bucaramanga se destaca como una de las ciudades más importantes de Colombia. Es un destacado centro universitario con más de 10 instituciones educativas. Además, cuenta con un aeropuerto internacional ubicado en las afueras de la ciudad, una infraestructura hotelera significativa y una amplia gama de atractivos turísticos. Todo esto se complementa con la conocida hospitalidad de sus habitantes, otorgándole a la ciudad renombre internacional como "La Ciudad Bonita".<sup>49</sup> Los principales medios de comunicación masiva en Bucaramanga son el periódico Vanguardia Liberal y la cadena televisiva TRO (Televisión Regional del Oriente). La ciudad también posee un sólido sistema de servicios públicos y se proyecta hacia el siglo XXI como un destacado centro industrial, tecnológico, económico y cultural. Bucaramanga es una ciudad principalmente comercial, aunque también se destacan otros sectores como la industria del calzado, la confección, la prestación de servicios de salud, las finanzas y la educación.<sup>50</sup> Es importante señalar que la ciudad se vislumbra como la Tecnópolis de Los Andes para el siglo XXI. Esto se evidencia en el creciente número de centros de investigación tecnológica dedicados a diversos temas, como la energía, el gas, el petróleo, la corrosión, los asfaltos, el cuero y las herramientas para el desarrollo agroindustrial, entre otros.

---

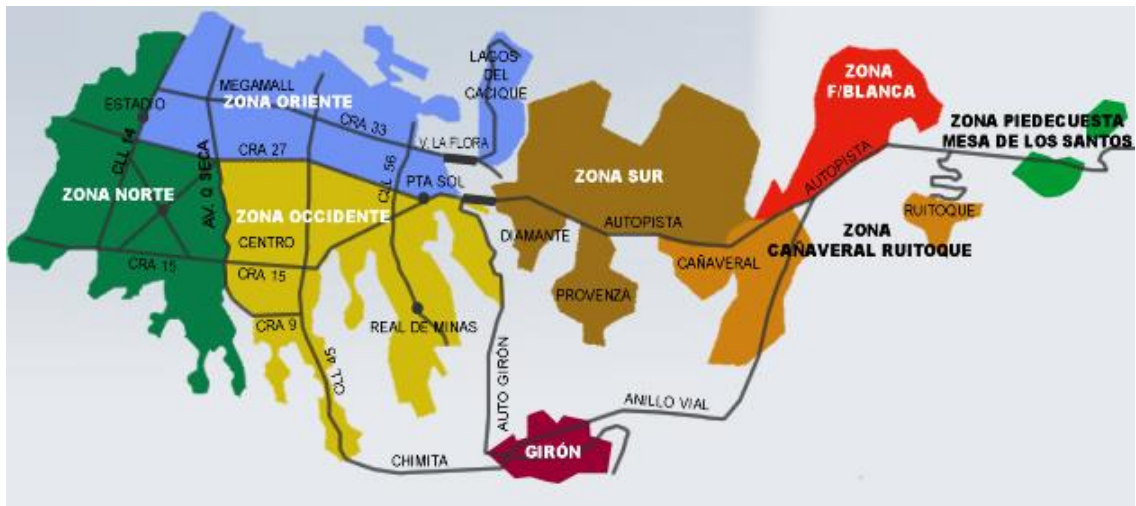
<sup>47</sup> Ibid.,p.3

<sup>48</sup> Ibid.,p.4

<sup>49</sup> Ibid.,p.5

<sup>50</sup> Ibid.,p.6

Figura 1. Mapa de Bucaramanga.



Fuente: Blog de Opinión Pública a cargo de los docentes Giovanni Bohórquez y Héctor Gómez. Disponible en: <https://otvlocal.wordpress.com/2013/05/04/habitantes-de-bucaramanga-y-floridablanca-desconocen-sus-limites/>

## 2. ESTUDIO DE MERCADOS

### 2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

#### 2.1.1 Descripción, Usos y especificaciones del producto/servicio.

Como servicio se pretende brindar la experiencia única de ser un restaurante fusión de dos magníficas culturas y aclamadas por su gastronomía con un servicio que será identificado por su rapidez y eficacia que se notará desde el momento de recibir los pedidos a los clientes donde se plantea que será a través de redes sociales o apps desarrolladas para negocios a solo un clic con un chatbot que estará brindándole las opciones para elegir el menú más adecuado a sus gustos.

Se contará como aliados, Rappi, Ifood, Uber Eats, Domicilios, WhatsApp, Instagram o llamadas directamente al número de contacto que se dará a conocer por los medios publicitarios, además de nuestro compromiso con el medio ambiente, ofrecemos una línea destacada de envases de cartón desechables aptos para alimentos calientes y microondas. Estos envases de cartón desechables para los arroces donde se combinan la responsabilidad ambiental con la practicidad. Su resistencia te brinda mayor seguridad en cualquier ocasión, mientras que su ausencia de toxinas te permite calentarlos sin afectar tus alimentos.

Para el caso de los mariscos dada por su contextura se maneja empaque de plástico.

Figura 2. Empaque Ceviche.



Figura 3. Empaque para el Chaufa.



Se contará con un horario de atención y servicio cual se brindará de martes a domingo, de 10:00 am a 12:00 am. Se contará con servicio netamente virtual, entrega a domicilio y los medios de pago será por efectivo, datafono y transferencia electrónica.

Algunos de los aspectos que caracterizan al restaurante es la calidad y la frescura de los alimentos, al ser un restaurante de comida fusión en el cual dentro del menú se contará con gamas de arroces (chaufa) ceviches (pescado y frutos del mar, al ser algunos de fabricación artesanal todo será realizado por el chef, con ingredientes tanto colombianos como peruanos para crear la fusión, sin contar con salsas listas que venden en almacenes de cadenas sino todo casero y artesanal para lograr el punto de unión de los sabores de ambas culturas.

- Servicio: Las compras de comida a domicilio ya son parte del día a día de millones de personas que, debido al confinamiento, han tenido que optar por esta forma de consumo. Lo anterior ha provocado que múltiples restaurantes comiencen a migrar a la preparación de alimentos bajo el modelo de 'dark kitchens'.<sup>51</sup>

---

<sup>51</sup> SÁNCHEZ, Sheila, ¿Qué son las 'dark kitchens' y cómo revolucionarán la industria del consumo? (Julio 20 de 2020) [Consultado: 26 de octubre de 2023] [EN LÍNEA] Disponible en: <https://www.forbes.com.mx/que-son-las-dark-kitchens-y-como-revolucionaran-la-industria-del-consumo/>

“Las dark kitchens o las ghost kitchens son instalaciones de cocción que producen alimentos solo para la entrega a domicilio sin áreas de comedor o de áreas frente al cliente, esto puede ser operado por un restaurante individual o por terceros”,<sup>52</sup> explica en un webinar Michael Schaefer, director global de alimentos y bebidas de Euro monitor International.

Estos modelos de negocio reducen costos de operación al no tener establecimiento al público, ni meseros, por lo tanto, será un ahorro al empresario para inicio de operaciones y se podrá tener precios más competitivos acordes al mercado, ya que al cambiar el método de atención se modifica también el de construcción de estrategia donde se liderará con la logística, tiempo de entrega y empaque.

Figura 4. Chaufa y wantanes, creación propia Chef, Jhon Horna.



Fuente: Elaboración del chef.

---

<sup>52</sup> Ibid.,p2

Figura 5. Ceviche mixto.



Fuente: Imagen representativa de ceviche tomada de la web.

### **2.1.2 Atributos diferenciadores.**

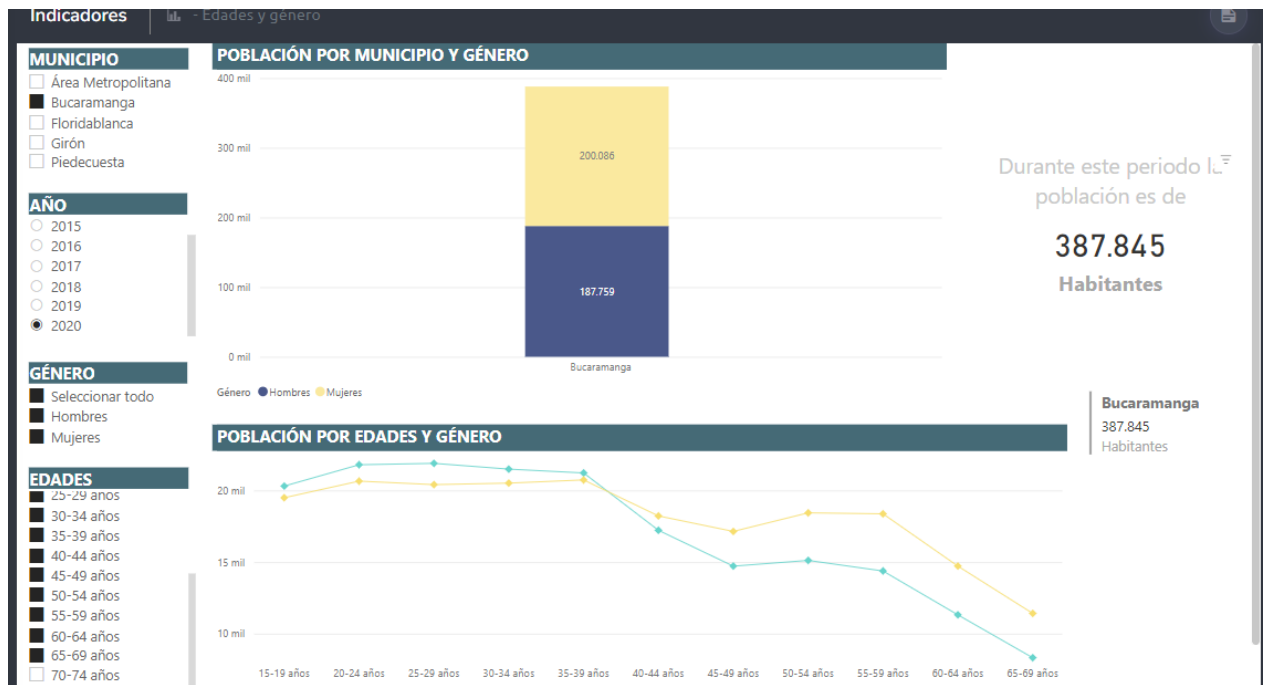
La Fusión de las dos gastronomías es el mayor atributo y punto de diferencia frente a la competencia, se destaca la composición de los platos, debido a las especias que se utilizaran para sazonar y aromatizar los diferentes platos, además de fusión con productos del mar y tierra que harán únicas las recetas, se tomaran ingredientes de ambos países para crear la mezcla de sabores en cada receta. El horario de atención y servicio se brindará de martes a domingo, de 10:00 am a 12:00 am. En 2 turnos de 7 horas diarias, con servicio exclusivamente virtual, que posibilitará degustar y disfrutar de las exquisitas creaciones del chef en cualquier lugar, ya sea en casa, en la oficina, en la universidad, en el parque, etc. Esto será posible gracias a la colaboración con los mejores socios de entrega, convirtiendo esta idea en una realidad.

## 2.2 SEGMENTO DE MERCADO

Público en general entre 18 y 65 años de todos los estratos socioeconómicos de la ciudad de Bucaramanga. Según el observatorio metropolitano hay 387.845 habitantes en el rango de edad buscado, (año 2020).

Por otro lado, es preciso destacar que (200.086 hab.) corresponde al sexo femenino y (187.759 hab.) al masculino.<sup>53</sup>

Figura 6. Indicadores edades y género.



Fuente: Observatorio metropolitano 2020.

53 Observatorio Metropolitano de Bucaramanga, indicadores edad y genero  
<http://www.observatoriometropolitano.com.co:8080/Indicador/Index/7>

## **2.3 ESTUDIO DE LA DEMANDA**

### **2.3.1 Necesidades de información.**

Recolección de datos que permita establecer e identificar las necesidades o manifestaciones del segmento de clientes y la aceptación del producto en el mercado con sus características, valor agregado y atributos diferenciadores.

- Competencia: Número de empresas existentes que ofrecen el mismo menú, precios, ubicación, sucursales y calidad de servicio.
- Mercado: Preferencias en gustos, información de consumo, perfil de consumidores.
- Tecnología: Publicidad, redes sociales, medio de pago utilizados, preferencia de medio de pago de los clientes.
- Entorno: Canales de distribución, domicilio- consumo en punto de venta.

Se establecerá la información necesaria del mercado y su demanda con su respectiva consulta a la base de datos del Departamento Nacional de Estadística (DANE), o del Observatorio metropolitano; Así mismo se lanzará la encuesta para conocer los gustos de los clientes objetivos, edad, ubicación, frecuencia de consumo de comida a domicilio, tipo de comida de preferencia, motivación para realizar pedidos a domicilio, plataforma más utilizada para esta actividad, que características presta mayor atención a la hora de realizar pedidos de comida a domicilio, restaurante favorito, cuánto dinero generalmente gasta en cada pedido de comida a domicilio, medio de pago preferido, medio de comunicación favorito para recibir publicidad de comida.

### **2.3.2 Tipo de estudio.**

Descriptivo: En los estudios descriptivos, el investigador se enfoca en medir la presencia, características o distribución de un fenómeno dentro de la población de estudio. Este enfoque se realiza como un corte en el tiempo, centrándose en obtener información detallada sobre el fenómeno en cuestión. La elección de los objetivos y el diseño del

estudio se guían por la intención de describir de manera minuciosa aspectos específicos del fenómeno, sin necesariamente explorar relaciones causales o examinar cambios a lo largo del tiempo.<sup>54</sup>

### 2.3.3 Enfoque.

El enfoque es cuantitativo, usa un conjunto de estrategias, técnicas y herramientas de investigación enfocadas en las mediciones objetivas y el análisis estadístico, matemático o numérico de los datos recogidos a través de sondeos, cuestionarios y encuestas, o mediante el uso de datos estadísticos preexistentes.<sup>55</sup>

### 2.3.4 Fuentes de información.

Las fuentes de información a utilizar son las primarias y secundarias.

**Primarias:** La información se va a obtener a través de una encuesta para conocer la información suministrada por las personas mayores de edad de la ciudad de Bucaramanga de todos los estratos socioeconómicos de edades entre 18 y 65 años.

**Secundaria:** Datos del DANE, observatorio metropolitano, cámara de comercio, bases de datos, consultas de internet, revistas especializadas y revisión documental de trabajos de grado, investigaciones y demás información en relación con el tema.

### 2.3.5 Técnicas de investigación.

El instrumento para la recolección de información es a través de la encuesta, la cual contará con una serie de preguntas la cual tiene como fin conocer y mostrar los gustos y preferencias del segmento de clientes objeto de este estudio.

---

<sup>54</sup> VEIGA DE CABO J, LA FUENTE DÍEZ E, ZIMMERMANN Verdejo, Modelos de estudios en investigación aplicada: conceptos y criterios para el diseño. (2008) [Consultado: 26 de octubre de 2023] [EN LÍNEA] Disponible en: [https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0465-546X2008000100011#:~:text=En%20los%20estudios%20descriptivos%2C%20el,en%20el%20tiempo%20se%20tratar%C3%A1,](https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0465-546X2008000100011#:~:text=En%20los%20estudios%20descriptivos%2C%20el,en%20el%20tiempo%20se%20tratar%C3%A1,)

<sup>55</sup> PARRA, Andrea, ¿Cuáles son los métodos cuantitativos de recolección de datos? [Consultado: 25 de marzo de 2024] [EN LÍNEA] Disponible en: <https://www.questionpro.com/blog/es/metodos-cuantitativos/#:~:text=Los%20m%C3%A9todos%20cuantitativos%20son%20un,uso%20de%20datos%20estad%C3%ADsticos%20preexistentes>

### 2.3.6 Instrumento para la recolección de información.

Cuestionario estructurado. (Ver Anexo A).

Link: <https://forms.gle/YxwAXk1yB83JdFNTA>

### 2.3.7 Modo de aplicación.

Encuesta, a través de un cuestionario desarrollado a través de Google Forms, el cual se tendrá en el celular de la autora, para ingreso por link. Al aplicarse la encuesta personal se asegurará el control en su diligenciamiento por parte de las personas que conforman el segmento objetivo.

### 2.3.8 Cálculo de la muestra

#### ***CALCULO TAMAÑO DE MUESTRA FINITA***

Figura 7. Calculo tamaño de la muestra finita.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Fuente: Internet.

N: Población objetiva: 387.845

Z: Valor crítico para un nivel de confianza del 95% - Zc=1,96

E: Margen de error – e= 8%

P: Probabilidad de ser elegido – Po=50% (0,50)

Q: Probabilidad de no ser elegido – Qo=50% (0,50)

“n”: Muestra

Cuadro 1. Parámetros muestra finita.

Parámetros estadísticos	Valor
<b>N</b>	387.845
<b>Z</b>	1,960
<b>P</b>	50,00%
<b>Q</b>	50,00%
<b>e</b>	8,00%

$$n = \frac{387.845 * (1,960)^2 * 50\% * 50\%}{(8\%)^2 * (387.845 - 1) + (1,960)^2 * 50\% * 50\%}$$

Tamaño de muestra

$$"n" = 151$$

Con un nivel de la confianza del 95% y un error del 8% se determina el tamaño de la muestra es de 151 que sería el número de encuestas aplicar.

### **2.3.9 Alcance.**

Público en general entre 18 y 65 años de todos los estratos socioeconómicos de la ciudad de Bucaramanga.

### **2.3.10 Tiempo de aplicación.**

13 días, desde el domingo 25 de febrero de 2024, hasta el 08 de marzo de 2024

### **2.3.11 Tabulación, presentación y análisis de resultados.**

Se realizó mediante encuesta, utilizando los medios digitales encuesta de google forms, con el fin de no generar gasto de papel y contribuyendo al medio ambiente, se realizó un recorrido por distintos sectores (cabecera, puerta del sol, Sotomayor y la oficina donde laboro actualmente la cual queda ubicada en cabecera del llano, Bucaramanga a 151 personas que fue el tamaño de la muestra arrojada, personas entre 18 y 65 años de todos los estratos socioeconómicos de la ciudad de Bucaramanga.

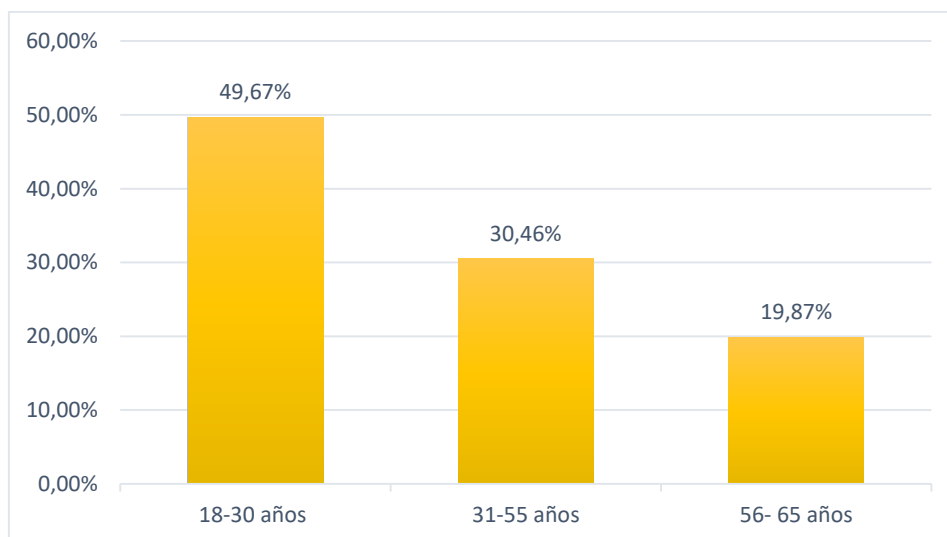
Se presentan los resultados de la encuesta:

1. ¿Cuál es su edad?

Cuadro 2. Población por edad.

Variable	Respuesta	Porcentaje	Ponderado
18-30 años	75	49,67%	37,25
31-55 años	46	30,46%	14,01
56- 65 años	30	19,87%	5,96
TOTAL	151	100,00%	57,23

Figura 8. Población por edad.



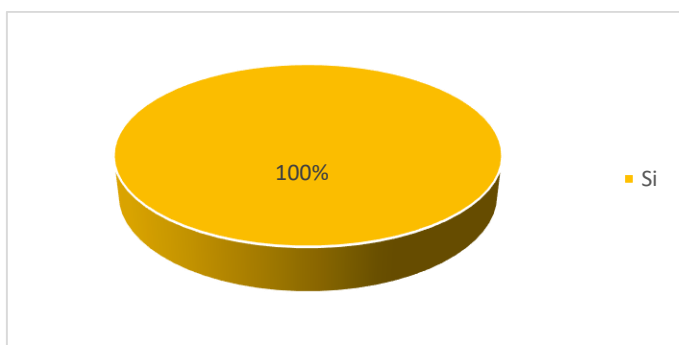
Al llevar a cabo los análisis, se puede deducir que de las 151 personas encuestadas cumplen con la edad propuesta. En otras palabras, el 57.23% de las personas encuestadas se encuentran en el rango de edad de 18 a 30 años, el 30.46% en el rango de edad de 31 a 55 años, y el 19.87% en el rango de edad de 56 a 65 años. Esto sugiere que el mercado objetivo es tangible y existe, lo que augura una viabilidad positiva para la implementación del proyecto en el futuro.

2. ¿Reside o labora en la ciudad de Bucaramanga?

Cuadro 3. Población residente en la ciudad de Bucaramanga.

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	151	100
No	0	0
TOTAL	151	100

Figura 9. Población residente en la ciudad de Bucaramanga.



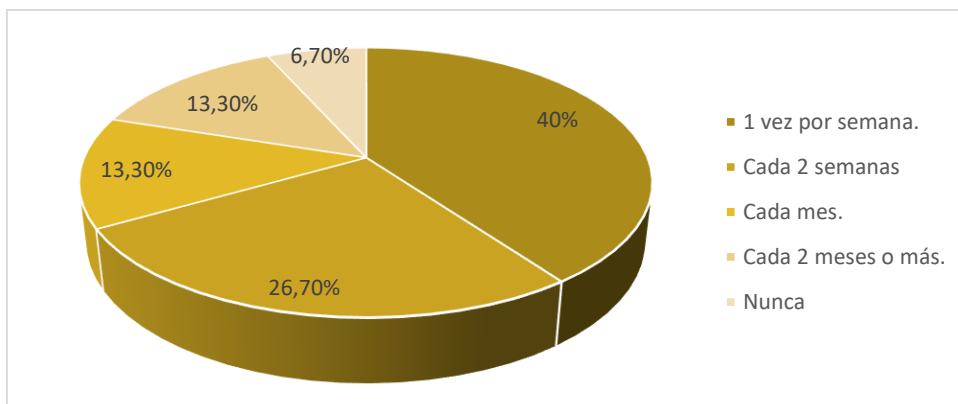
De acuerdo a los resultados evidenciados en el grafico el 100% de la población encuestada es residente y/o labora en la ciudad de Bucaramanga.

3. ¿Con que frecuencia pide comida a domicilio en vez de asistir a un restaurante?

Cuadro 4. Frecuencia en que la población encuestada pide comida a domicilio.

Variable	Respuesta	Porcentaje	Veces/año	Promedio
1 vez por semana.	65	40%	52	20,80
Cada 2 semanas	40	26,70%	24	6,41
Cada mes.	23	13,30%	12	1,60
Cada 2 meses o más.	18	13,30%	6	0,80
Nunca	5	6,70%	0	0,00
TOTAL:	151	100%		29,60

Figura 10. Frecuencia en que la población encuestada pide comida a domicilio.



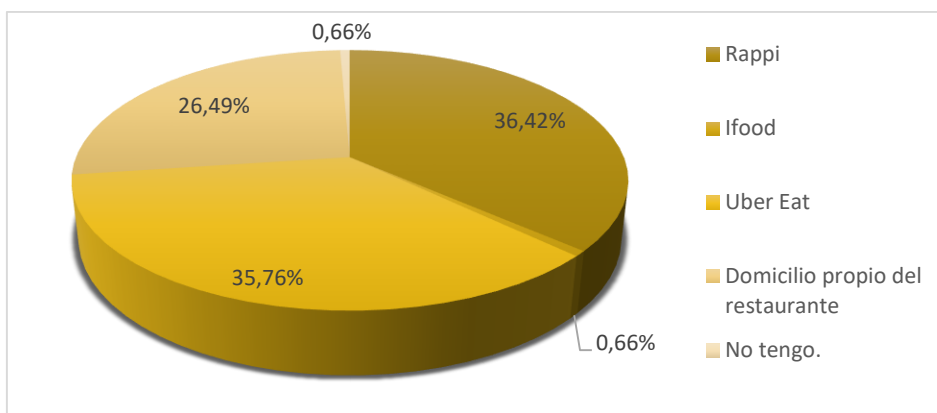
De acuerdo con los resultados obtenidos se puede analizar que el 29,60% es el promedio anual de uso de servicio a domicilio para pedir comida. Se puede analizar que el 40% de las personas encuestadas pide comida a domicilio una vez por semana, el 26,70% lo hace con una frecuencia de cada 2 semanas, las personas que respondieron que cada mes son el 13,30%, cada dos meses o más un 13,30% y solo el 6,70% de las personas encuestadas indicaron que nunca, lo cual permite ver la viabilidad de la propuesta gastronómica que se está desarrollando sobre la implementación de la venta de la fusión de comida colombo-peruana solo a domicilio, las personas les llama la atención disfrutar de sus comidas desde la comodidad de sus casas.

#### 4. ¿Cuáles son sus plataformas favoritas para domicilios?

Cuadro 5. Plataformas favoritas para pedir comida a domicilio.

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Rappi	55	36,42%
Ifood	1	0,66%
Uber Eat	54	35,76%
Domicilio propio del restaurante	40	26,49%
No tengo.	1	0,66%
Total:	151	100%

Figura 11. Plataformas favoritas para pedir a domicilio.



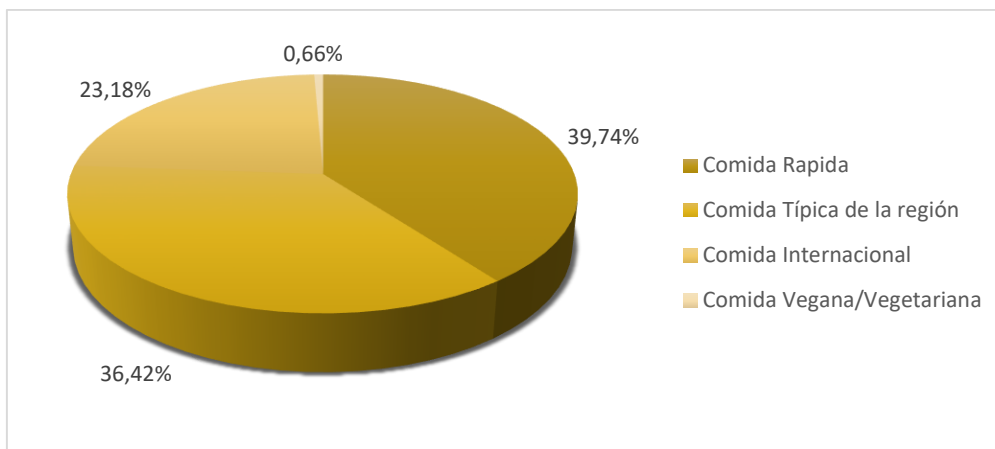
De acuerdo con los resultados de la encuesta, se puede determinar que el 26% de los encuestados prefieren el domicilio propio del restaurante, mientras que el 36% por la plataforma digital Rappi, seguido un 1% por Ifood, igualmente un 36% Uber Eat, y finalmente un 1% No cuentan con plataforma favorita para pedir comida a domicilio. Se puede analizar que para la propuesta las app de comida a domicilio y el complemento de los domicilios propios son los preferidos por la población encuestada.

##### 5. ¿Qué tipo de comida prefiere?

Cuadro 6. Preferencia de comida

Variable	Frecuencia	Porcentaje %	Ponderado
Aniversario.	21	13,91%	2,92
Cumpleaños.	72	47,68%	34,33
Amor y Amistad.	43	28,48%	12,25
Bodas.	0	0,00%	0
No.	15	9,93%	1,49
Total:	151	100%	50,99

Figura 12. Preferencia de comida



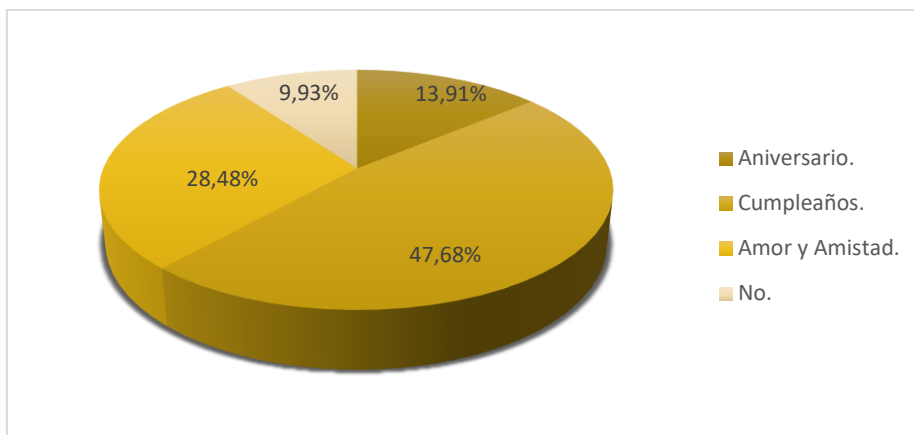
Se evidencia un 39,74% de los encuestados prefieren comida rapida, siendo este tipo de comida la preferida por 60 de las 151 personas encuestadas, sin embargo tenemos un 36,42% para la comida tipica y la comida internacional que sería nuestra tendencia gastronimica un 23,18%, lo que significa que la fusión la cual es motivo de este proyecto tendría buen impacto en el mercado.

6. ¿Pide comida a domicilio para ocasiones especiales?

Cuadro 7. Personas que pide comida a domicilio para ocasiones especiales.

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Aniversario.	21	13,91%
Cumpleaños.	72	47,68%
Amor y Amistad.	43	28,48%
Bodas.	0	0,00%
No.	15	9,93%
Total:	151	100%

Figura 13. Personas que pide comida a domicilio para ocasiones especiales.



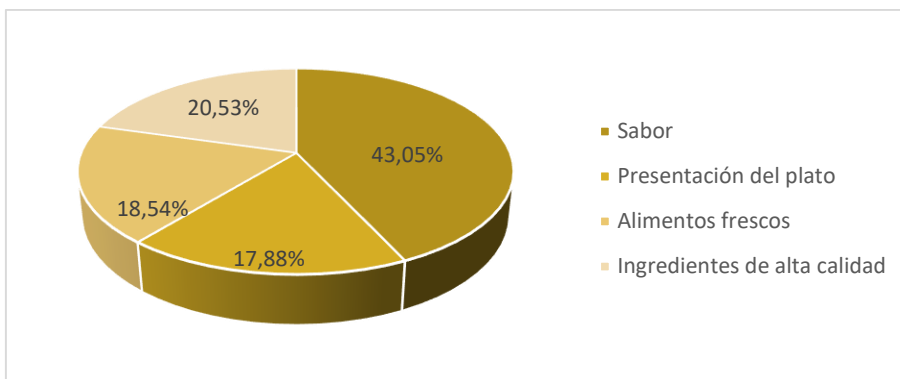
De acuerdo con los resultados de la encuesta, se puede analizar que el 47,68% es decir 72 de las 151 personas encuestadas piden comida a domicilio para Cumpleaños, seguido de un 28,48% de las personas encuestadas que lo prefieren para Amor y Amistad, mientras que un 13,91% lo hace por Aniversario y por ultimo un 9,93% no pide comida a domicilio para ninguna ocasión especial. Por lo que se puede analizar que se podría tener una campaña para los cumpleaños ya que es la fecha donde más las personas piden a domicilio.

7. Respecto a la comida, ¿a qué características presta mayor atención?

Cuadro 8. Características dadas a la comida.

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Sabor	65	43,05%
Presentación del plato	27	17,88%
Alimentos frescos	28	18,54%
Ingredientes de alta calidad	31	20,53%
Total:	151	100%

Figura 14. Características dadas a la comida.



Durante el análisis se evidencia que 65 personas de las 151 encuestadas escogen un restaurante por el sabor de sus productos, sin embargo, la presentación del plato también es un punto a tener en cuenta con un porcentaje del 17,88%, así como alimentos frescos con un porcentaje de 18,54% e ingredientes de alta calidad con un 20,53% para marcar la diferencia entre la competencia.

8. ¿Cuál es su restaurante favorito de comida a domicilio?

Cuadro 9. Preferencia de restaurante a domicilio.

Solo al carbón	10
Pizza Hut	12
El Garage	9
Chunga	6
Palo de mango	10
All rock	13
El corral	12
Chopes	8
Filo Angus	7
No tengo	2
La puerta del sol	13

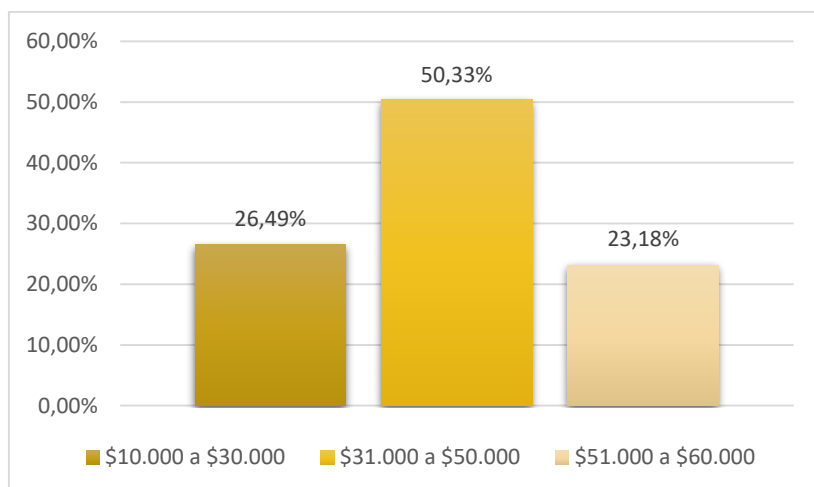
La toscana	5
Mia Nonna	6
El propio	2
El viejo chiflas	7
La carreta	2
Pisco Perú	7
Presto	2
Frisby	5
Domino's Pizza	10
Pesco centro	3
<b>TOTAL</b>	<b>151</b>

9. ¿Generalmente, cuánto suele pagar por un plato cuando compra comida a domicilio?

Cuadro 10. Precio de comida según encuestados.

<b>Variable</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje %</b>	<b>Media</b>	<b>Promedio</b>
\$10.000 a \$30.000	40	26,49%	\$ 20.000	\$ 5.298
\$31.000 a \$50.000	76	50,33%	\$ 40.000	\$ 20.132
\$51.000 a \$60.000	35	23,18%	\$ 55.500	\$ 12.864
Total:	151	100%		\$ 38.295

Figura 15. Precio de comida según encuestados.



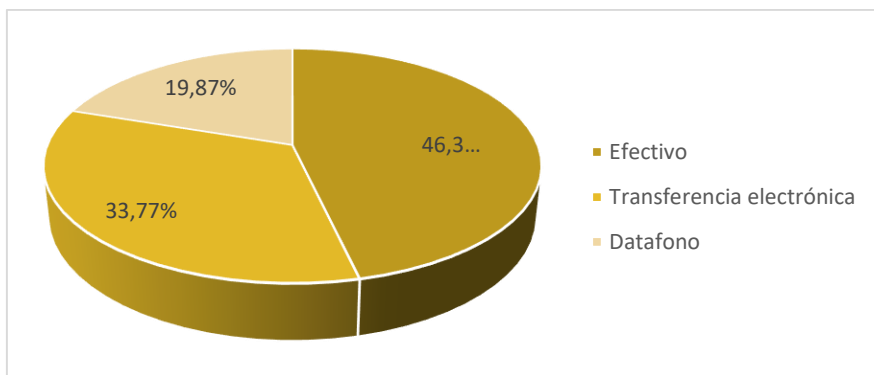
Con el resultado obtenido de esta pregunta se puede identificar que el 50,33% de las personas encuestadas estarían dispuestas a comprar un plato de comida a domicilio que oscile su precio entre \$31.000 a \$50.000 pesos colombianos. El restaurante puede utilizar esta información para identificar los precios que resultan más atractivos para los clientes, pero es crucial implementar una estrategia de precios que equilibre la oferta de productos de alta calidad con precios atractivos para el público en general, con el fin de garantizar la rentabilidad del negocio.

10. ¿Cuál es su medio de pago preferido?

Cuadro 11. Medio de pago favorito.

Variable	Respuesta	Porcentaje %
Efectivo	70	46,36%
Transferencia electrónica	51	33,77%
Datafono	30	19,87%
Total:	151	100%

Figura 16. Medio de pago favorito.



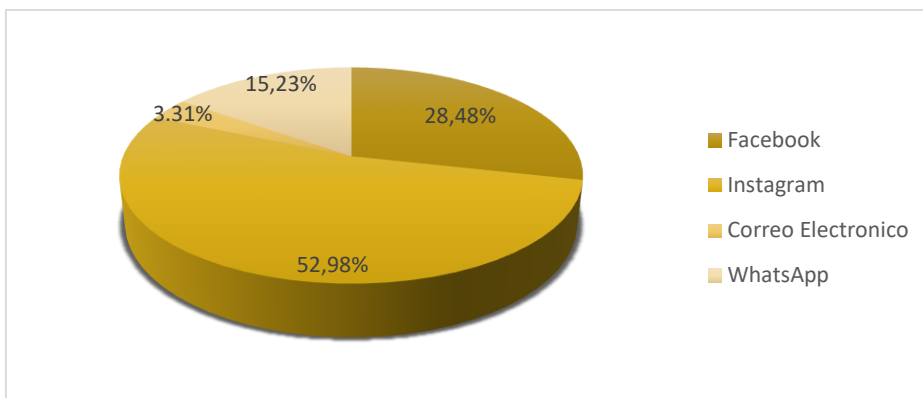
Se evidencia un 46,36% de los encuestados prefieren como medio de pago el efectivo, un 33,77% de los encuestados prefieren como medio de pago las tranferencias electrónicas, mientras que el 19,87% de los encuestados prefieren como medio de pago el datafono. Dicho lo anterior, se tendra en cuenta las dos primeras opciones dado que son las preferidad por nuestros posibles clientes.

11. ¿Por cuál de estos medios de comunicación le gustaría recibir anuncios publicitarios de Fusión Perú?

Cuadro 12. Medio de publicidad escogido por los encuestados.

Variable	Respuesta	Porcentaje %
Facebook	43	28,48%
Instagram	80	52,98%
Correo Electronico	5	3,31%
WhatsApp	23	15,23%
Total	151	100%

Figura 17. Medio de publicidad escogido por los encuestados.



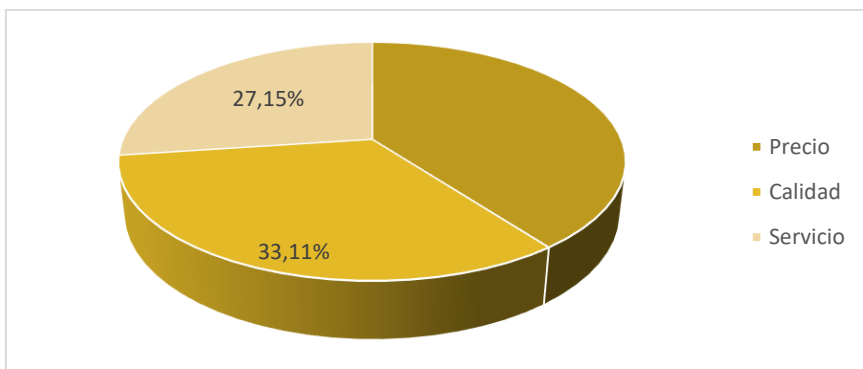
De acuerdo con los resultados de la pregunta anterior podemos analizar que el 52,98% de las personas encuestadas prefieren la red social instagram para recibir publicidad, lo que nos lleva a concluir que redes usar para impulsar la propuesta gastronomica y cuales no tiene acogida o no les gustaria recibir publicidad como el correo electronico con solo un 3,31%.

12. ¿Qué elemento toma en cuenta usted a la hora de elegir un restaurante?

Cuadro 13.Elementos importantes a la hora de elegir un restaurante.

Variable	Respuesta	Porcentaje %
Precio	60	39,74%
Calidad	50	33,11%
Servicio	41	27,15%
Total	151	100%

Figura 18. Elementos importantes a la hora de elegir un restaurante.



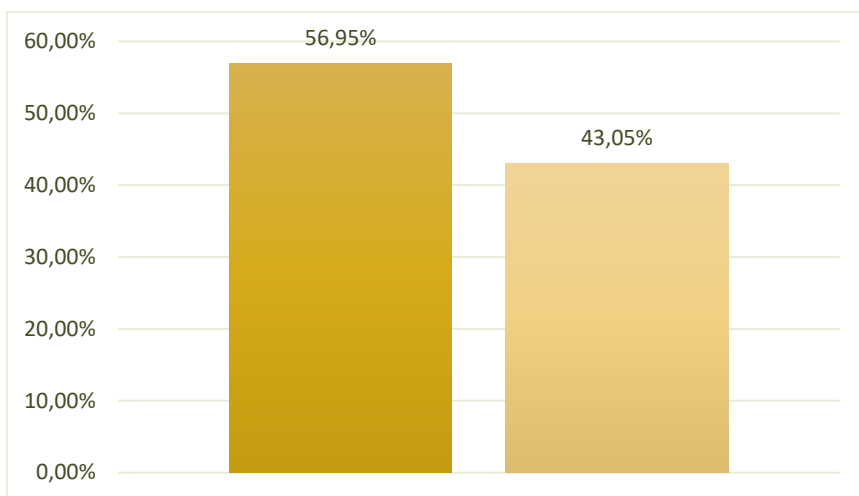
Durante el análisis de la pregunta 12, se evidencia que, el precio y la calidad solo tiene un 10% de diferencia siendo un punto importante a considerar, aunque el precio también es un factor importante a considerar. Por lo tanto, el restaurante deberá desarrollar estrategias que le permitan ofrecer un precio asequible para el cliente sin comprometer la calidad y el servicio del producto final.

13. ¿Conoce y ha consumido comida peruana?

Cuadro 14. Consumo de comida peruana.

Variable	Respuesta	Porcentaje %
Sí	86	56,95%
No	65	43,05%
Total	151	100%

Figura 19. Consumo de comida peruana.



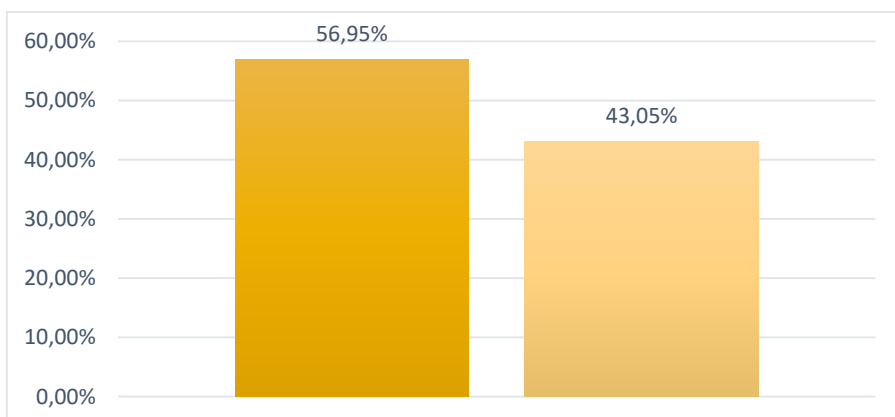
Con el análisis de la pregunta 13, se evidencia que el 56,95% conoce y ha consumido comida peruana, lo que lleva a que la fusión gastronómica tenga amplia acogida en la población.

14. ¿Conoce algún restaurante que ofrezca en su menú comida peruana en la ciudad de Bucaramanga?

Cuadro 15. Restaurantes con menú comida peruana en la ciudad de Bucaramanga.

Variable	Respuesta	Porcentaje %
Sí	86	56,95%
No	65	43,05%
Total	151	100%

Figura 20. Restaurantes con menú comida peruana en la ciudad de Bucaramanga.



De acuerdo con los resultados de la pregunta 14, 86 personas que representan el 56,95% de las 151 encuestadas indican conocer algún restaurante que ofrece en el menú comida peruana, por lo tanto es más de la mitad de las personas encuestadas que conocen de esta gastronomía.

15. Si su anterior respuesta fue sí, por favor indíquenos el nombre de este restaurante y que fue lo que más le gustó de este.

Cuadro 16. Población que indica restaurante peruano que conocen de la ciudad de Bucaramanga.

Peru Sazón	3
Cuzco Peru	3
Pisco Peru	6
Llama	2
Poporoy	1

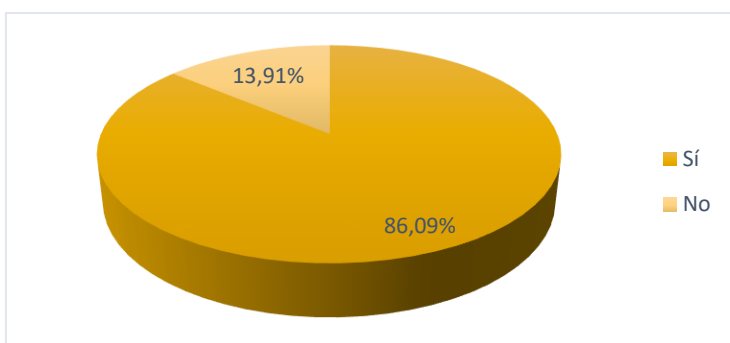
Como análisis de la respuesta 15, se puede indicar que el restaurante más nombrado es el restaurante **Pisco Perú**, lo que nos da a conocer un poco más de lo que sería la competencia.

16. ¿Le gustaría encontrar una propuesta que fusione la comida típica colombiana y la peruana con servicio netamente a domicilio?

Cuadro 17. Aprobación de la propuesta fusión.

Variable	Respuesta	Porcentaje %
Sí	130	86,09%
No	21	13,91%
Total	151	100%

Figura 21. Aprobación de la propuesta fusión.



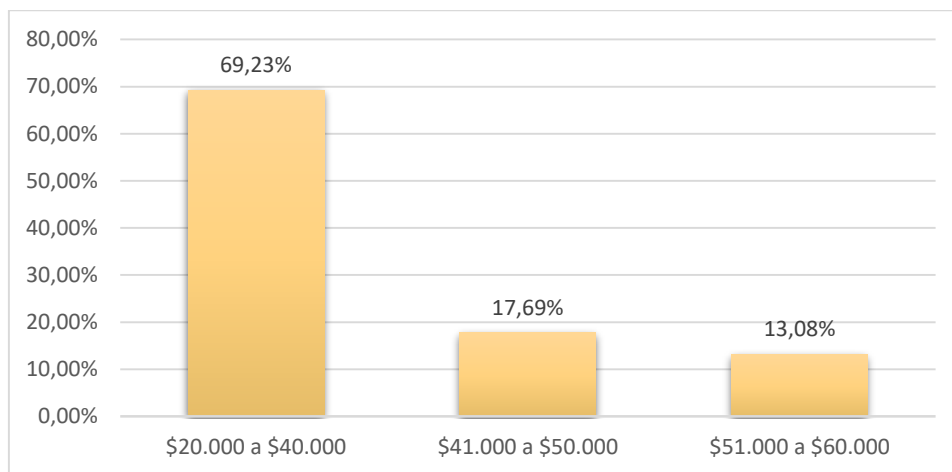
De acuerdo con el análisis de la pregunta 16, el 86,09% de la población encuestada le gustaría conocer la propuesta gastronómica fusión, con servicio netamente a domicilio, dato que nos motiva a poner en marcha el estudio como proyecto de vida.

17. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato principal en Fusión Perú?

Cuadro 18. Precio por el cual estarían dispuestos a pagar por un plato en Fusión Perú.

Variable	Respuesta	Porcentaje	Media	Promedio
\$20.000 a \$40.000	90	69,23%	30000	20.769,23
\$41.000 a \$50.000	23	17,69%	45500	8.050
\$51.000 a \$60.000	17	13,08%	55500	7.257,69
TOTAL:	130	100%		36.076,92

Figura 22. Precio por el cual estarían dispuestos a pagar por un plato principal en Fusión Perú.



De acuerdo con los resultados de la pregunta 17, se toman las 130 personas encuestadas que respondieron que estaban interesadas en conocer nuestro proyecto, tomando esto como referencia que 90 personas que corresponderían al 69,23% de la población encuestada estarían dispuestas a pagar por un plato de comida de nuestra propuesta entre \$20.000 a \$40.000 pesos colombianos, este dato posibilita al restaurante reconocer los precios que podrían resultar más atractivos para los clientes. No obstante, para garantizar la rentabilidad del negocio, será necesario aplicar una estrategia de precios que permita equilibrar la oferta de un producto de alta calidad con un precio atractivo para el público en general.

**18.** Gracias por su tiempo y participación, puede dejarnos sus recomendaciones para cuando inicie el proyecto serán valiosos para la puesta en marcha de la propuesta.

Cuadro 19. Comentarios de algunas personas encuestadas que dejaron su aporte al proyecto.

Esperamos el inicio del proyecto.

Bendiciones

Excelente propuesta.

### **2.3.12 Estimación de la demanda actual.**

Después de llevar a cabo la encuesta con un grupo total de 151 personas, se establece la demanda estimada, considerando la frecuencia con que las personas encuestadas piden comida a domicilio en vez de asistir a un restaurante (Pregunta N°3) y se tomó el total personas que piden a domicilio para una ocasión especial (Pregunta N°6)

*Demanda estimada = N. de habitantes \* la frecuencia anual de uso a domicilio \* personas que piden a domicilio para ocasiones especiales*

$$\text{DEMANDA ESTIMADA} = 387.845 * 29,6 * 90,07\% = 10.340.226$$

$$\text{Demanda estimada} = 10.340.226 \text{ servicios al año}$$

### **2.3.13 Estimación de la demanda efectiva.**

Para la estimación de la demanda efectiva se tomó el total de la demanda estimada y considerando que el 86,09% de los participantes expresó interés en una propuesta que fusionara la comida típica colombiana y peruana, con un servicio exclusivamente a domicilio (Pregunta N°16), procedemos a multiplicar el valor obtenido anteriormente por esta frecuencia.

$$\text{DEMANDA EFECTIVA} = 10.340.226 * 86,09\% = 8.901.901 \text{ servicios en el año}$$

### **2.3.14 Proyección de la demanda para los próximos cinco años.**

Para obtener la proyección de la demanda anual a 5 años, se requiere tener datos estadísticos históricos de este servicio de restaurantes, como es un proyecto nuevo no se tienen datos históricos, por esto que se debe utilizar una técnica de pronóstico sin datos estadísticos.

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 5.853.760 servicios/año; a este valor se le aplica el índice de inflación anual en Colombia que sería 7,74%.

Donde:

$Q_f$ =pronostico de demanda

$Q_i$ =Demanda inicial

$i$ =tasa de inflación anual en Colombia

$n$ =tiempo de pronostico

Teniendo en cuenta que  $Q_i$ = 8.901.901 servicios al año, que el tiempo de pronóstico es a 5 años y que  $i$ =7,74% tomada de la página del DANE (2024)

Fuente: Variación mensual y anual del Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Total, nacional 2023 - 2024 (enero) <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/IPC/cp-IPC-ene2024.pdf>

$$Q_f = 8.901.901 * (0,0774)^5$$

$$Q_f = \$ 12.923.128$$

Este cálculo se tomó, para cada uno de los años a proyectar, dando como resultado lo siguiente:

Cuadro 20. Pronóstico de demanda entre los primeros cinco años

AÑO	DEMANDA EFECTIVA PROYECTADA
1	9.590.909
2	10.333.245
3	11.133.038
4	11.994.735
5	12.923.128

**2.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA.**

Partiendo del significado de Benchmarking: es un método de gestión empresarial que consiste en identificar las mejores prácticas dentro o fuera de una empresa a través de

la comparación con las técnicas, procesos y servicios de otras organizaciones. Esto con el fin de aumentar su eficiencia y competitividad.<sup>56</sup>

A continuación, los principales competidores de para el proyecto de Fusión Perú.

- Pisco Perú
- Llama Perú
- Perú Sazón

Los cuales se describen a continuación.

- Pisco Perú: Restaurante 100% peruano, cuenta con 5 años de trayectoria en la ciudad de Bucaramanga. Cuenta con dos puntos de atención, en cabecera y en cañaveral, ambas sedes con servicio a domicilio. Activo en redes como Facebook e Instagram, con amplias calificaciones de sus comensales dándole puntaje de 3,92 sobre 5,0 en general.

Sus canales de distribución son: PRODUCTOR → CONSUMIDOR

Figura 23. Logo y productos de Pisco Perú.



Fuente: Fotos de <https://www.instagram.com/piscoperuoficial/?hl=es>

- Llama Perú: Restaurante con temática del país Perú, tanto en decoración como en los platos ofrecidos en su carta, cuentan con chef peruano como lo manifiestan en sus redes sociales, en las cuales cuenta con más de 14.700

---

<sup>56</sup> PURSELL, Shelley Benchmarking: qué es, qué tipos hay, cómo se hace y ejemplos, ) [Consultado: 11 de marzo de 2024]  
[EN LÍNEA] Disponible en: <https://blog.hubspot.es/marketing/benchmarking>

seguidores solo en Instagram. Cuentan con única sede ubicada Calle 41# 33-35 Barrio el Prado, Bucaramanga.

Sus canales de distribución son: PRODUCTOR ➔ CONSUMIDOR

Figura 24. Logo y productos de Llama Perú.



Fuente: Fotos de

<https://www.instagram.com/llamaperu.bga/reels/?next=%2Fanitamp85%2F>

- Perú Sazón: Perú Sazón, es un restaurante que ofrece gastronomía peruana, una de las más diversas del mundo. Cuenta con única sede en la ciudad de Bucaramanga, ubicado en la calle 18 #27a-48, Barrio Andalucía, Bucaramanga y otra sede en Villavicencio. Con poco moviendo en redes sociales, pero página web donde ofrecen y comercializan sus platos.

Sus canales de distribución son: PRODUCTOR ➔ CONSUMIDOR

Figura 25. Logo y productos de Perú Sazón.





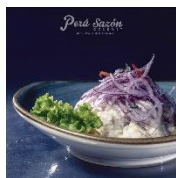
Fuente: Fotos de: [https://www.facebook.com/PeruSazonFloridaBlanca/?locale=es\\_LA](https://www.facebook.com/PeruSazonFloridaBlanca/?locale=es_LA)

➤ Comparativa de precios.

La comparativa de precios de los tres restaurantes considerados como la potencial competencia se mostrará en la tabla a continuación, donde se evidenciará el precio del ceviche precio mínimo y máximo.

Cuadro 21. Comparativo de precios competidores.

Restaurante	Imagen	Precio menor Ceviche	Precio mayor Ceviche
Pisco Perú		\$38.000 (solo camarón)	\$68.000 (mariscos y pescado)
Llama Perú		\$38.000 (solo pescado)	\$48.000 (mariscos y pescado)



Perú Sazón

\$20.000 (solo pescado)

\$36.000 (mariscos y pescado)

Figura 26. Ficha Benchmarking.

Benchmarking				
EMPRESAS	CANALES DE VENTA	ATRIBUTO DEL PRODUCTO	PRECIO	MEDIOS DE COMUNICACIÓN
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Local físico, domicilio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fusión de sabores, opciones vegetarianas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desde \$38.000 en adelante.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Redes sociales, sitio web, colaboraciones con influencers</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Local físico, domicilio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amplia variedad de platos típicos, ambiente acogedor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desde \$38.000 en adelante.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Redes sociales, sitio web, correo electrónico.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Local físico, domicilio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Especializado en carnes, ambiente rústico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desde \$20.000 en adelante.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medios locales, sitio web, participación en eventos</li> </ul>

## 2.5 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO MÍNIMO VIABLE

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

En relación con el servicio, se confirma que las características permanecen inalteradas, de acuerdo con lo establecido previamente en el numeral 2.1.1 .(Ver Figura 28).

Figura 27. Variedad de platos.



**Chaufa: Fusión** Arroz blanco frito, acompañado de selectas verduras, huevo en omelet, pollo, especies del inca, chorizo del valle de San Jose (Stander) maiz tierno dulce, incluye 1 wantan.

**Ceviche Mixto Perumanga:** Filete de pescado blanco (tilapia), cocinado en limón criollo, acompañado de frutos del mar previamente sazonados y preparados (camarón, pota (calamar), concha (opcional)), cebolla en plumas, maiz dulce, mango biche, ají rocoto, canchita (maíz tostado crujiente), camote, lechuga, yuca o chifle (opcional).

**Causa limeña a lo "Pingo":** Base de papa amarilla, limón, ají escabeche (amarillo), rellena de maíz dulce, pollo y aguacate, acompañado de medio huevo cocido como decoración en su capa superior u opcional aceituna.

**Wantan:** Harina de trigo frita rellena de queso o carne molida, acompañada con la deliciosa salsa de tamarindo roja de la casa.

A continuación, se presenta la imagen promocional y el eslogan.

Figura 28. Logo y eslogan.



Las utilizaciones de los recursos en el proyecto tendrán como destino la satisfacción total del cliente y su fidelización, ya sea por la calidad de nuestros productos o por la entrega optima de los mismos hasta el hogar o cada espacio de cada uno de los clientes.

**Horario de atención:** El horario de atención y servicio se brindará de martes a domingo, de 10:00 am a 12:00 am. En 2 turnos de 7 horas diarias, siguiendo el plan del gobierno nacional de reducción de la jornada laboral. Todos los colaboradores tendrán jornada de 47 horas semanales.

**Tipo de Servicio:** Las compras de comida a domicilio ya son parte del día a día de millones de personas que, debido al confinamiento, han tenido que optar por esta forma

de consumo. Lo anterior ha provocado que múltiples restaurantes comiencen a migrar a la preparación de alimentos bajo el modelo de 'dark kitchens'.<sup>57</sup>

“Las dark kitchens o lasghost kitchens son instalaciones de cocción que producen alimentos solo para la entrega a domicilio sin áreas de comedor o de áreas frente al cliente, esto puede ser operado por un restaurante individual o por terceros”,<sup>58</sup>explica en un webinar Michael Schaefer, director global de alimentos y bebidas de Euro monitor International.

**Tipo de producto:** El cliente elige en la carta el producto que más le llame la atención y los acompañantes para cada plato.

**Medios de pago:** Los medios de pago establecidos son efectivo, y aplicaciones para transferencias bancaras, Bancolombia a la mano, nequi, daviplata.

### **2.5.2 Atributos diferenciadores del producto o del servicio con respecto a la competencia.**

Los aspectos diferenciadores que se destacan respecto a la competencia se mencionan a continuación:

- **Producto:** Se destaca que, al contar con un chef peruano, los clientes experimentarán y se transportaran al país INCA a través de los sabores, aromas de las especies y ajís que distinguen estos platos, su método de elaboración será muy autóctono de dicho país fusionado con la deliciosa gastronomía colombiana, generará una explosión de sabores al paladar.
- **Proceso:** Para dicho proceso se contará con personal capacitado en manejo de higiene y manipulación de alimentos lo que permitirá la realización de productos de calidad y garantía. Adicional se auditará que todo sea producido con estándares evitando desperdicio de recursos y generando liderazgo y unión en el equipo.

---

<sup>57</sup> SÁNCHEZ, Sheila, ¿Qué son las 'dark kitchens' y cómo revolucionarán la industria del consumo? (Julio 20 de 2020) [Consultado: 26 de octubre de 2023] [EN LÍNEA] Disponible en: <https://www.forbes.com.mx/que-son-las-dark-kitchens-y-como-revolucionaran-la-industria-del-consumo/>

<sup>58</sup> Ibid.,p2

➤ **Servicio:** El servicio será exclusivamente virtual, lo que permitirá poder disfrutar de esta encantadora fusión gastronómica desde cualquier lugar, casa, oficina, universidad, llegando a cualquier espacio donde el cliente quiera degustar la comida. Se contará con personal ampliamente capacitado en redes sociales y app de comida a domicilio con el fin de recibir amabilidad, agilidad, un servicio de calidad y la mejor atención.

➤ **Compromiso social:** Siguiendo los Objetivos de Desarrollo Sostenible, nos enfocaremos en poder cumplir:

**Objetivo 5: Igualdad de Género:** En el proyecto la igualdad de género es un objetivo muy importante, por lo tanto, en el servicio interno que tendrá el restaurante para las entregas a domicilio, se incluirá la línea rosa, que serán entregas exclusivamente de motociclistas mujeres universitarias, madres cabezas de hogar, madres solteras que requieran un ingreso a su hogar.

**Objetivo 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico:** Este proyecto, promueve el emprendimiento, el crecimiento económico, innovación y el trabajo formal, con garantías, como firme propósito de brindar a la comunidad oportunidades laborales, flexibilidad, prestaciones sociales, entorno de trabajo seguro, con igualdad, logrando el crecimiento personal de todos los colaboradores.

**Objetivo 9: Industria, Innovación e Infraestructura:** La infraestructura del restaurante brinda a sus colaboradores comodidad, bienestar, equidad, al ser un proyecto enfocado en el servicio de la tecnología, el restaurante contará con wifi, espacio de descanso para sus colaboradores.

## 2.6 ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN Y DE DISTRIBUCIÓN

Para este proyecto se utilizará el canal de comercialización directo, el proyecto se desarrollará en la ciudad de Bucaramanga, con miras de expansión en toda el área metropolitana de Bucaramanga. Como el proyecto tiene un concepto Dark Kitchens, los canales de comercialización que se tendrán es el Marketing Digital, los cuales están enfocados en el uso de redes sociales, aplicativos móviles, páginas web, facilitando el uso de las mismas a los consumidores.

Para conocer el mejor canal de distribución a usar tomaremos en cuenta los canales online y los canales de distribución física para conocer sus ventajas y desventajas frente al proyecto.

**Canales de venta Online:** Los canales de venta online son los medios digitales por los que se busca generar conocimiento de marca y atraer potenciales clientes.

- WhatsApp Business
- Programa de afiliados
- E-mail marketing
- Google Ads
- Tiktok marketing
- Google Shopping<sup>59</sup>

**Canales de venta Offline:** Los canales offline se componen por aquellos que no están en la web, mismos que ya conocemos y a los que estamos más acostumbrados, pero que, por este motivo, quizá no se presentan frente a quien los ve como un medio más fuerte que la web, pero que, fusionándolos con esta, hacen una estrategia maciza de marketing. Podemos considerar como canales offline a:

- Radio
- Televisión
- Prensa escrita
- Revistas
- Tarjetas de presentación
- Anuncios espectaculares
- Flyers y volantes
- Telefonía fija
- Toda publicidad fuera de la red.<sup>60</sup>

---

<sup>59</sup> STAVROU, Sofia Actualizado 25 de febrero de 2024, 6 canales de venta online poderosos (además de tu tienda) [Consultado: 25 de marzo de 2024] [EN LÍNEA] Disponible en: <https://www.tiendanube.com/blog/aprovecha-los-canales-complementarios-mas-poderosos-para-vender-online/>

<sup>60</sup> Digital Business & Innovation, Qué son los Canales Online y Offline. [Consultado: 25 de marzo de 2024] [EN LÍNEA] Disponible en: <https://2adigital.com.mx/blog/canales-online-y-offline>

**Ventajas venta online:**

No tener horarios fijos de apertura en las distintas redes del proyecto, ya que en cualquier momento los usuarios pueden consultar el tipo de comida y conocer un poco más de la propuesta, aunque si abra horarios de atención.

Aumento en la publicidad y visibilidad: Ya que se puede tener publicidad constante en todas las redes del proyecto, por lo que puede llegar a consumidores fuera de la zona o hasta turistas que estén en la ciudad.

Innovación: Ya que, al ser un proyecto con servicio netamente virtual, le damos un plus a nuestros clientes que podemos llevarle su pedido hasta la comodidad de su espacio.

Estudio del comportamiento del consumidor: Las herramientas que nos ofrecen este tipo de plataformas o redes, permite conocer y tener unas estadísticas claras del comportamiento de nuestros clientes, lo que nos ayudará a planear o mejorar las estrategias de marketing.

**Desventajas venta online:**

Amplia competencia en redes y aplicaciones de comida a domicilio.

Compradores que no conocen la tendencia de la comida a domicilio.

Hackeos en las redes, perdida de páginas o redes.

Fallas en el internet o plataformas.

**Ventajas venta Offline:**

Atención al cliente más directa y cercana, permite conocer las necesidades reales o gustos de los comensales.

Confianza, ya que en punto físico pueden conocer más del restaurante y su temática, lo que les genera confianza y altas expectativas del producto.

**Desventajas venta Offline:**

Alta inversión en infraestructura, mantenimiento del lugar.

Horario limitado de atención al público.

Baja acogida en zona de punto físico, o alta competencia.

## 2.7 ESTRATEGIA PARA FIJACIÓN DE PRECIOS

Se revisó las distintas estrategias de fijación de precios dando a lugar las más viables para la puesta en marcha del proyecto, dicho esto son las siguientes:

- **Fijación de precios en función al valor:** Esta metodología no solo se enfoca en alcanzar la satisfacción del cliente, ya que esto se puede alcanzar o habitualmente comprada efectuando el descuento suficiente, el propósito es alcanzar la fijación de precios en una forma más rentable capturando más el valor e incentivar la disposición en los clientes de pagar el valor real de un producto. <sup>61</sup>

La meta de la estrategia en función del valor es optimizar la diferencia entre el valor creado para el cliente y el coste incurrido por la empresa de modo de capturar una porción sustancial del valor creado en las ganancias de la compañía.<sup>62</sup>

## 2.8 RELACIONAMIENTO CON LOS CLIENTES

### 2.8.1 Estrategias de comunicación.

La estrategia de comunicación con la que iniciará el proyecto será por los distintos medios digitales, puesto que encaja en nuestro servicio netamente virtual y abarca amplio público contando con una inversión inicial mediana.

**Redes sociales:** La idea que se desarrollara en redes sociales, son los anuncios del restaurante. Con estos anuncios el objetivo es llegar a un amplio público y que se interesen por conocer los platos ofrecidos.

Las redes sociales que usará el proyecto son:

- Instagram.
  - Se inicia con la creación del perfil en la aplicación.

---

<sup>61</sup> Nagle, Thomas T., and Holden, Reed K.. Estrategias y Tacticas para la Fijación de Precios: Guía para Tomar Decisiones Beneficiosas. Argentina, Granica, 1998. [Consultado: 25 de marzo de 2024] [EN LÍNEA] Disponible en: [https://www.google.com.co/books/edition/Estrategias\\_y\\_Tacticas\\_para\\_la\\_Fijaci%C3%B3n/USUkeNRSNIAC?hl=es-419&gbpv=1](https://www.google.com.co/books/edition/Estrategias_y_Tacticas_para_la_Fijaci%C3%B3n/USUkeNRSNIAC?hl=es-419&gbpv=1)

<sup>62</sup> Ibid.,p34

- Personalización de la página con fotos y reel.
  - Generación de perfil público.
  - Hastangs para generación de apariciones en los motores de búsqueda.
  - Anuncios pagos.
- Facebook.
    - Se inicia con la creación del perfil en la aplicación.
    - Personalización de la página con fotos y reel.
    - Generación de perfil público.
    - Hastangs para generación de apariciones en los motores de búsqueda.
    - Anuncios pagos.
- Pagina Web:
    - Información del servicio que se presta.
    - Presentación de la carta y sus precios.
    - Integración de redes sociales.
    - Adaptado a cualquier dispositivo móvil.
- Plataformas de comida a domicilio.
    - Rappi Aliados: Los requisitos son mínimos, solo tienen que descargar la aplicación y llenar un formulario con información personal y de la empresa, y luego esperar la confirmación de Rappi al correo electrónico. La comisión Rappi es un porcentaje más IVA por sobre cada venta, o valor factura, realizada a través de la plataforma.
    - Uber Eats: Descargar la aplicación, se diligencia un formulario, posteriormente, un asesor se pondrá en contacto para validar la información, si el restaurante es aceptado Uber Eats, cobrará un porcentaje de las ventas que se realicen en la plataforma.
    - DiDi Food: Descargar la aplicación, llenar el formulario junto con los demás documentos que acrediten que está legalmente constituido, posterior entre 3 a 5 días hábiles se dará la respuesta de ingreso a la plataforma del restaurante, no cuenta con ninguno costo en descargar la aplicación y el registro, pero si una comisión por las ventas generadas.

## 2.8.2 Presupuesto de comunicación.

### 2.8.2.1 Presupuesto de lanzamiento.

El Presupuesto de lanzamiento incluye una descripción de cada ítem que hará parte del inicio del servicio del restaurante. (Ver cuadro 20)

Cuadro 22.Presupuesto lanzamiento restaurante.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR
Diseño de la publicidad (diseñador grafico)	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Piezas fisicas de la marca (como obsequio de lanzamiento)	30	\$ 10.000	\$ 300.000
Papeleria	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Desarrollador de pagina Web (sense digital)	1	\$ 800.000	\$ 800.000
Personal encargado de marca en lanzamiento	1	\$ 750.000	\$ 750.000
TOTAL			\$ 2.300.000

**Nota:** En el ítem donde se menciona el desarrollador web, se realizará a través de la plataforma sense digital, donde ofrecen la realización de la página web, 10 correos corporativos, usuarios ilimitados, soporte personalizado, diseño 100% personalizable, y se realiza solo 1 pago anual. (Anexo D.)

La empresa encargada del diseño de la identidad corporativa, es la empresa GAMMA WEB, y a continuación se indica el costo del paquete de diseño. (Anexo E.)

### 2.8.2.2 Presupuesto de operación.

Teniendo en cuenta que, en el cuestionario, se indago por el medio por el cual los clientes quisieran recibir información, es notable que las redes sociales y el internet es una poderosa herramienta para dar a conocer un producto y generar ventas.

Para el plan de visibilidad online, las campañas publicitarias se realizarán en diferentes lugares y medios:

- Motor de búsqueda de Google.
- En redes sociales: Facebook, Instagram.

- Plataformas de comida a domicilio.

Presupuesto de operación:

Cuadro 23.Presupuesto de operación.

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Estrategia de pauta publicitaria vía e-mail	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Estrategia de pauta publicitaria en redes sociales.	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Estrategia de pauta publicitaria en app de delivery	\$ 20.000	\$ 240.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 420.000</b>	<b>\$ 5.040.000</b>

Nota: El costo de la pauta en las apps de delivery se deducirá directamente de las ventas y se podrá encontrar registrado en la relación de ventas, dicho esto por se coloca el precio aproximado en el cuadro N°22 en el ítem N°3

## 4. ESTUDIO TÉCNICO

### 3.1 TIPO DE PROYECTO

El restaurante es un establecimiento especializado en la preparación y comercialización de comida colombiana y peruana. Sus materias primas de calidad a utilizar en el restaurante llegaran a satisfacer la demanda del cliente, disfrutando su comida desde cualquier lugar, ya que el servicio es netamente virtual.

**Taste Atlas**, reconocido como el directorio culinario más prestigioso a nivel mundial, ha posicionado cuatro especialidades peruanas dentro de los 100 platos imperdibles del planeta, los cuales son imprescindibles de degustar al visitar esta nación.<sup>63</sup>

Nos basaremos en los platos insignias de cada país, se tomará de la gastronomía colombiana la región nor-oriente, como son sus Santanderes, y de la gastronomía peruana sus platos bandera para crear las fusiones de ingredientes, sabores y recetas.

A continuación, nos basaremos en 2 líneas de productos como son los arroces y mariscos y de ellas se escogerá 1 plato de cada una, en este caso será el ceviche mixto y el arroz chaufa. Cabe destacar que desde los nombres con los cuales se han bautizado los platos son fusiones y en sus ingredientes esta la mezcla de las recetas y su cultura.

### 3.2 DESARROLLO OPERATIVO DEL PROYECTO


#### 3.2.1 Ficha técnica del producto mínimo viable.

A continuación, se define la ficha técnica en este caso se eligió de las dos líneas principales arroces y mariscos, los platos insignia del Restaurante Fusión Perú, cabe destacar que la fusión se realiza en sus ingredientes y receta.

---

<sup>63</sup> Anónimo, miércoles, 27 de marzo de 2024, [Consultado: 05 de mayo 2024] [EN LÍNEA] Disponible en: <https://www.ritmoromantica.pe/noticias/actualidad/estos-son-los-4-platos-peruanos-que-destacan-en-la-gastronomia-mundial-segun-taste-atlas-lima/>


Cuadro 24.Ficha técnica Arroz Chaufa Fusión.

<p><b>Diseño</b></p>	
<p><b>Denominación/nombre comercial del producto/ servicio</b></p>	<p><b><i>Arroz Chaufa Fusión</i></b></p>
<p><b>Denominación/nombre técnico del producto/ servicio</b></p>	<p>Arroz Chaufa de pollo.</p>
<p><b>Número de porciones</b></p>	<p>1 unidad</p>
<p><b>Características organolépticas</b></p>	<p>El chaufa de pollo se caracteriza por su color amarillo intenso, un aroma intenso que combina el arroz frito con el pollo sazonado, la salsa de soja, las verduras y el maíz dulce, un sabor salado y umami con notas de ajo, jengibre, kion y otras especias, una textura suelta y graneada del arroz, y una temperatura caliente al tacto. Los trozos de pollo y de chorizo del Valle de San Jose, deben estar dorados y bien cocidos, manteniendo una textura firme y jugosa, mientras que las verduras picadas en juliana, como la raiz china, pimienta roja y culantro (cilantro), aportan color y frescura al plato.</p>
<p><b>Especificaciones técnicas:</b></p>	<p>Para una porción 1 persona (plato) de chaufa fusión: 200 gramos de arroz blanco cocido</p>

	<p>250 gramos pechuga de pollo deshuesada y cortada en cubos pequeños</p> <p>1 Chorizo del Valle de San Jose.</p> <p>200 gramos de maiz dulce.</p> <p>100 gramos cebolla pequeña, picada</p> <p>10 gramos diente de ajo picado</p> <p>2 gramos cucharada de salsa de soja</p> <p>5 gramos cucharadita de aceite de ajonjolí</p> <p>50 gramos cucharadita de jengibre fresco rallado</p> <p>50 gramos cucharadita de pimienta roja picado (opcional)</p> <p>50 gramos huevo batido</p> <p>100 gramos Raiz china picada para decorar (opcional)</p>
<b>Características físicas</b>	Producto sólido, preparado con arroz, huevo, pollo y chorizo acompañado con vegetales de fácil absorción.
<b>Condiciones de almacenamiento de los productos</b>	<p>El chaufa de pollo debe almacenarse en el refrigerador a una temperatura de entre 4°C y 8°C por hasta 3 días. Es importante recalentarlo completamente antes de consumirlo y evitar congelarlo. Para conservar mejor el sabor y la textura, se recomienda recalentarlo en una sartén o wok a fuego medio, revolviendo constantemente.</p> <p>Si no se va a consumir de inmediato, es mejor congelar los ingredientes por separado (arroz cocido, pollo cocido, verduras) y preparar el chaufa fresco cuando lo desee.</p>

Cuadro 25. Ficha técnica Ceviche mixto Perú-manga.

<b>Diseño</b>	
---------------	--

	
<b>Denominación/nombre comercial del producto/ servicio</b>	<b><i>Ceviche mixto Peru-manga.</i></b>
<b>Denominación/nombre técnico del producto/ servicio</b>	Cebiche Peruano mixto.
<b>Número de porciones</b>	1 unidad
<b>Características organolépticas</b>	<p>Textura: El pescado fresco aporta una fuente rica de proteínas, mientras que el jugo de limón agrega vitamina C y otros antioxidantes. Los ajíes y otras especias utilizadas en el ceviche han demostrado tener propiedades antiinflamatorias y estimulantes del metabolismo, y el plato es naturalmente bajo en grasas y calorías.</p> <p>Beneficios: El ceviche es un plato con alto aporte nutricional, con proteína de alta calidad como es el pescado y los frutos del mar (camarón, pulpo)</p> <p>Cuenta con carbohidratos naturales de fácil digestión como son: como los encontrados en el camote y el maíz choclo dulce, mango biche y verduras saludables como la cebolla, culantro, lechuga, ají.</p> <p>Los nutricionistas recomiendan comer pescado 2-3 veces por semana debido a sus múltiples beneficios entre ellas los ácidos grasos poliinsaturados, omega 3, cuyas propiedades</p>

	<p>producen múltiples beneficios, ayudando a controlar la presión arterial y mejorando la función cardíaca.</p>
<p><b>Especificaciones técnicas:</b></p>	<p>Para una porción 1 persona (plato) de ceviche se requiere:</p> <p>½ libra de tilapia fresca cortada en trozos de 1/2 pulgada</p> <p>1 libra de camarones medianos - pelados desvenados y cortados en trozos de 1/2 pulgada,</p> <p>½ libra de calamar (pota) cortados en aros.</p> <p>3/4 de taza de jugo de limón</p> <p>1 unidad de cebolla cabezona roja cortada en plumas.</p> <p>Camote sancochado.</p> <p>Choclo (maíz) dulce sancochado.</p> <p>Sal al gusto</p> <p>1 Mango pequeño.</p> <p>1 cucharada de culantro.</p> <p>1 unidad de ají.</p> <p>2 hojas de lechuga</p>
<p><b>Características físicas</b></p>	<p>Producto sólido, preparado con pescado y frutos del mar, acompañado con vegetales de fácil absorción.</p>
<p><b>Condiciones de almacenamiento de los productos</b></p>	<p>En el caso del pescado, revisar el producto para asegurar la ausencia de parásitos. El pescado fresco tiene que estar a una temperatura de 0°C y el congelado debe estar a -18°C o menos. No debe tener partes desecadas, ni presentar escarcha provocada por una mala cadena de frío (re congelamiento).</p>

### 3.2.2 Descripción y diagramación de actividades clave

El proceso de servicio del proyecto incluye las siguientes actividades.

Descripción del proceso del servicio es el siguiente:

- **Recepción del pedido:** El cliente, explora nuestras distintas redes sociales, revisa el menú y realizá el primer acercamiento, pregunta por algún plato en específico, precio y los acompañamientos. Toma de pedido por las plataformas o el whatsapp empresarial de Fusión Perú, se le confirma el pedido al cliente y se le envía los medios de pago. Confirmado el pago o en caso de ser contra entrega se inicia el alistamiento.
- **Alistamiento:** El chef y sus axiliares reciben la comanda en su cocina.
- **Preparación:** El chef y sus auxiliares, inician la preparación del plato verificando que los sabores y texturas se complementen perfectamente. Una vez listo, se encarga de emplatarlo con cuidado y atención al detalle. En este paso de preparación dependiendo del plato escogido, recordando las dos líneas que se están tomando arroces o mariscos, se realiza un tiempo promedio teniendo en cuenta los tiempos que conlleva cada plato. (Ver fichas técnicas cuadro 23 y 24)
- **Empaque:** Se procede a realizar el empaque verificando los detalles del pedido y que su empaque sea el correcto y adecuado de cada plato. (Ver Figura 2. Empaque Ceviche y Figura 3. Empaque Arroz Chaufa)
- **Envío:** Llega el domiciliario a las instalaciones de Fusión Perú ya sea de las plataformas digitales o el domicilio tercerizado cuando es por toma de pedido vía whatsapp, se le dan las recomendaciones pertinentes, datos del cliente y se realiza el despacho.
- **Despacho:** Se envía mensaje al cliente de la salida de su pedido y se le indica calificar el servicio cuando reciba y deguste del pedido.

La capacidad se tiene en cuenta del tiempo anual para su producción:

Número auxiliares de cocina: 2 por turno

Días del año: 306

Número de turnos: 2

RESUMEN DIAGRAMA DE FLUJO		
Tipo de operación	Cantidad	Tiempo





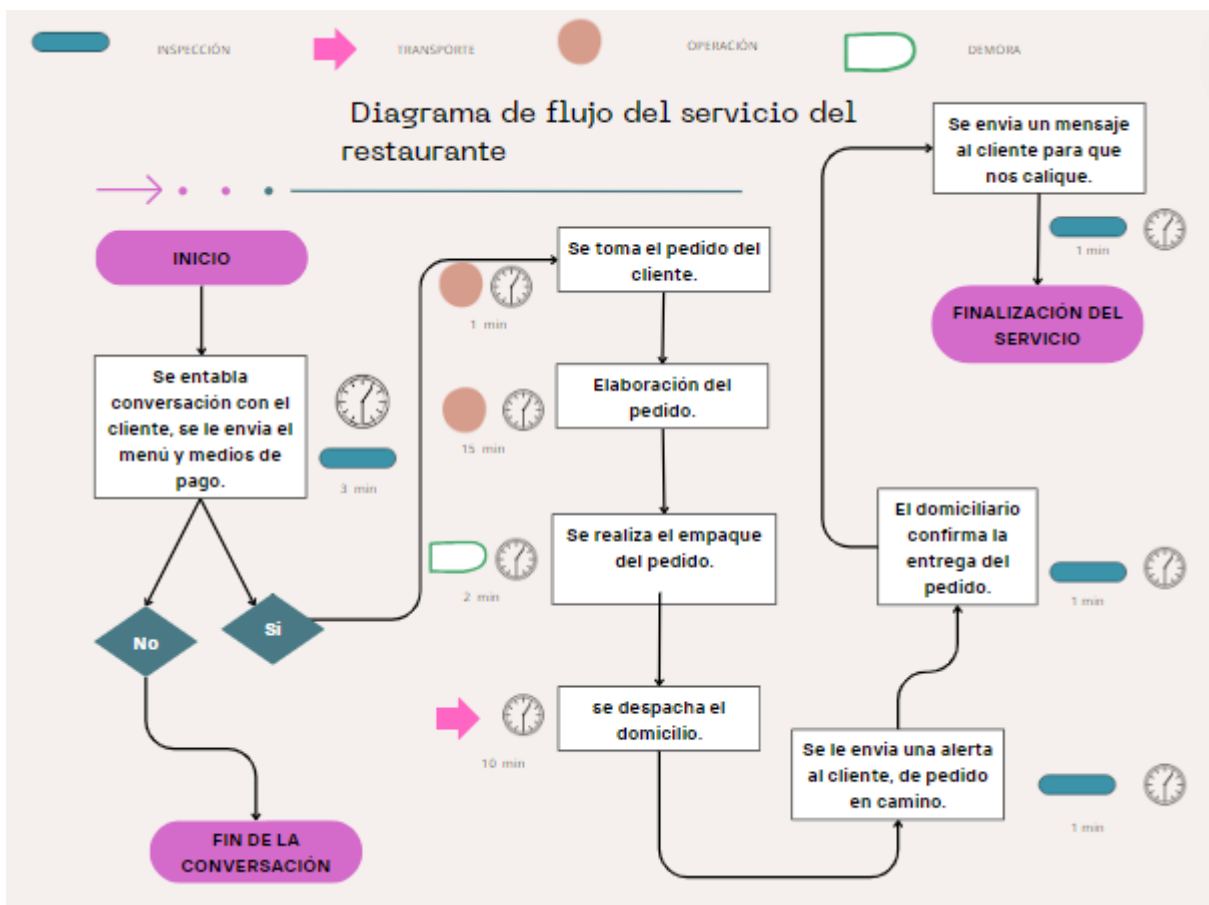
 Inspección	4	6 min.
 Operación	2	16 min
 Demora	1	2 min
 Transporte	1	10 min
Total	08	34 min

Figura 29. Diagrama de flujo del servicio del restaurante



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

Inicialmente se realizará una metodología de identificación de peligros, evacuación y valoración de los riesgos de la cafetería, además de generar:

1. Reglamento de higiene y seguridad industrial
2. Política de seguridad y salud en el trabajo
3. Programa de capacitación
4. Entrenamiento, inducción y reinducción en Seguridad y Salud en el Trabajo
5. Política de prevención de emergencias
6. Plan de prevención, preparación y respuesta ante emergencias
7. Procedimiento de investigación de incidentes, accidentes de trabajo y enfermedades.
8. Procedimiento de acciones preventivas y correctivas
9. Política de elementos y equipos de protección personal
10. Política de control de cigarrillo, alcohol y drogas
11. Subprograma de medicina preventiva y del trabajo
12. Subprograma de higiene y seguridad
13. Programa de orden y aseo
14. Programa de estilo de vida saludable
15. Programa de riesgo psicosocial
16. Programa de vigilancia epidemiológica osteomuscular
17. Procedimiento de mantenimiento de instalaciones y equipos
18. Procedimiento para control de documentos y registros.

**1. Fase de Implementación:** Implementar el SG-SST permitirá dar cumplimiento legal y responder ante cualquier evento o visita de un ente regulador o de control (alcaldía, secretaria de salud, ministerio de trabajo, etc.).

Realizar una metodología de identificación de peligros, evacuación y valoración de los riesgos de la cafetería, además de generar:

- a) Evaluación inicial

- b) Diseño del Manual de seguridad y salud en el trabajo. (incluyendo sus anexos como Formatos, procedimientos, identificación de programas, matriz de peligro, matriz de requisitos legales).
- c) Diseño político de Seguridad y Salud en el Trabajo y demás políticas complementarias del sistema.
- d) Definiciones de los roles, responsabilidades, autoridad y rendición de cuentas. (de acuerdo con la responsabilidad del SG SST que cada trabajador tiene con la SST).
- e) Diseño del presupuesto y asignación de recurso del SG SST.
- f) Procedimiento para la realización de exámenes médicos.
- g) Procedimientos para identificación de peligros, control y evaluación. (matriz de peligros).
- h) Elaboración del Plan Anual de trabajo y capacitación de SST.
- i) Programa de motivación, participación y consulta.
- j) Instructivo para investigación desde incidentes, accidentes de trabajo y enfermedades laborales.
- k) Diseño de los indicadores.
- l) Identificación de los Programas a desarrollar de acuerdo a la matriz de peligro y exámenes médicos.
- m) Diseño de las Auditoría, rendición de cuentas y revisión por la gerencia.
- n) Diseño a las Acciones preventivas y correctivas.
- o) Conformación comité de vigía, comité de convivencia laboral.
- p) Programa de capacitaciones.
- q) Programa de inducción (general a todo el personal).

**2. Fase de Seguimiento:** Una vez finalice la etapa de implementación, se procederá a realizar el seguimiento y dar cumplimiento de cada uno de los planes, programas, procedimientos, capacitaciones y alimentar la información documentada como evidencia de ello.

Como valor agregado se realizará la Auditoría interna al SG-SST, informe de auditoría y plan de acción de acuerdo con los hallazgos relacionados, lo cual permitirá mejorar el

sistema ya que, como profesional, mi objetivo es implementar un sistema de gestión que realmente genere valor en su empresa y que asigne responsabilidades y controles sobre las partes involucradas.

Estas actividades se ajustan a los estándares mínimos que debe cumplir la empresa de acuerdo con la resolución 0312 del año 2019.

Esta actividad se va subcontratar de manera anual (Ver Anexo B). En cuanto al rol, las responsabilidades y compromisos frente a la seguridad y salud en el trabajo estarán en cada uno de los miembros de la organización, con el liderazgo del administrador de turno.

#### **3.2.4 Análisis Ambiental.**

En este punto, se tiene en cuenta las indispensables para la prevención, mitigación y compensación de los impactos ambientales dañinos o negativos y para los potenciadores de los impactos benéficos.

En este estudio ambiental se incluyen los siguientes aspectos de física, biótica, económica, cultural y política, y el diseño del Plan de Manejo ambiental.

La propuesta de Plan de Manejo Ambiental del proyecto contendrá:

- a. Las medidas de prevención, mitigación, corrección y compensación de los impactos ambientales negativos.
- b. El programa de monitoreo del proyecto.
- c. El plan de contingencia el cual contendrá las medidas de prevención y atención.
- d. Los costos proyectados del Plan de Manejo y el cronograma, anual para los próximos 5 años.

El proceso incluye manejo de residuos sólidos para que luego puedan ser reciclados, programa de reutilización, programa de manejo recurso hídrico y atmosférico, programa de limpieza y desinfección, manejo de control de plagas y medidas de control y programa de eficiencia energética. (Ver anexo C)

#### **3.2.5 Recursos Clave**

- Recursos Físicos: Lugar en arriendo donde se desarrollará la actividad, equipos de producción (cocina, planchas, neveras, licuadora, horno, etc.) Equipamiento

de cocina (ollas, sartenes, cucharas, platos desechables, cajas). Materia prima e insumos para la producción.

- Recursos humanos: Se requiere 6 colaboradores para cubrir los turnos diarios.
- Recursos financieros: Flujo de caja para compra de materias primas e insumos de empaque de la comida.
- Recursos tecnológicos: Aplicativos móviles, pagina web, software contable y de domicilios, servicio de internet y telefonía fija y móvil.

### 3.2.5.1 Talento humano.

La estructura organizacional del proyecto se planteó y contempla una estructura aceptable para la fase de implementación y la fase operativa, que tiene en cuenta y respeta los valores de la empresa, los aspectos ambientales y la implementación de la normativa para la operación.

Para las entregas se contará con las distintas plataformas de comida donde cobran el valor del domicilio a parte del pedido, y en caso que el pedido se realice por la app WhatsApp se contará con el servicio tercerizado, donde el cliente asume el valor de ese servicio.

Cuadro 26.Talento humano.

<b>CARGO</b>	<b>ÁREA</b>	<b>N.º DE PUESTOS</b>
Administrador/cajero	Administrativa	1
Chef	Operativa	1
Auxiliar de cocina	Operativa	4
Contadora	Honorarios	1

### 3.2.5.2 Infraestructura

A continuación, se presenta una lista detallada del equipamiento necesario para Fusión Perú, (los precios fueron en base de almacenes de grandes superficies como éxito, home center etc.)

Cuadro 27. Equipo de oficina.

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES GENERALES
Escritorio con cajones	1	Madera aglomerada recubierta con Melanina
Impresora multifuncional	1	Impresora Multifuncional 3 en 1 de alto rendimiento que imprime, copia y escanea.
Silla de oficina	1	Silla Oficina Presidente 113X50X64 Negro
Mesa de 4 puestos plástica	1	Mesa Polipropileno Barú Moca 153x74x73 Cm Mesa Barú Familiar de cuatro puestos, apariencia de retablos de madera.
Sillas plásticas	4	Silla Con Brazos Plástico Wengué
TV 50"	1	1. •Ancho de empaque : 54 cm 2. •Resistencia: 90 Kg 3. •Largo de empaque: 68,5 cm 4. •Alto: 80,6 cm
Extintor multipropósito	2	Extintor Multipropósito 10lb ABC NTC 652, NTC 1141, NTC 1916, NTC 2885, NTC 1446
Extintor HCFC 123	1	Extintores Certificación : NTC 652, NTC 1141, NTC 1916, NTC 2885, NTC 1446
Botiquín reglamentario	1	Un (1) marco de segueta y segueta 12 pulgadas. Una (1) brocha, ancho 25 mm, cerda natural, mago plástico. Un (1) pegamento de PVC, 118 ml, secado rápido. Un (1) limpiador removedor limpia Max para PVC 760 gr. Dos (2) guantes de trabajo palma de caucho agarre seguro, calidad industrial, resistentes, flexibles, tallas 9 y 10. Dos (2) guantes antiestáticos, tallas 9 y 10. Un (1) brazalete o pulsera estática. Un (1) paquete de 20 tapabocas. Un (1) juego de destornilladores. Un (1) juego de alicates.

		<p>Una (1) mini aspiradora, de corriente para limpiar.</p> <p>Un (1) paño de microfibra para eliminar polvo.</p> <p>Un (1) kit de herramienta para redes: pinza de contacto, probador de cables, pelacables, cripeadora, alicate de corte, conectores RJ45.</p> <p>Un (1) tester o multímetro.</p> <p>Una (1) linterna portátil pequeña.</p> <p>Una (1) pinza de punta fina pequeña.</p> <p>Una (1) pistola de aire caliente.</p> <p>Un (1) cautín eléctrico.</p> <p>Un kit de tornillos y jumper por 100 unidades</p>
--	--	--

Cuadro 28. Equipo de computación y comunicación.

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES GENERALES
Computador de mesa	1	Computador De Mesa Huawei MateStation S Sistema operativo: Windows
Celular	1	Celular XIAOMI Redmi 12 256GB
Teléfono Fijo	1	Teléfono Inalámbrico M700 TELÉFONO INALÁMBRICO

Cuadro 29. Maquinaria y equipo

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES
Congelador industrial	1	Congelador Inducol Horizontal Exhibidor en Lámina Galvanizada de 509 Litros
Nevecon	1	Nevecon LG Tipo Europeo 793L GM78SGT.AM No frost
Licuada industrial	1	Licuada Xpert Series Platead OSTER BLST3ACPG
Estufa industrial	1	ESTUFA INDUSTRIAL TIPO ISLA <ul style="list-style-type: none"> <li>• BOCEL REF: 304 CALIBRE 18</li> <li>• 8 FOGONES Q50</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• PARRILLA HIERRO FUNDIDO</li> <li>• DOS FREIDORAS</li> <li>• DOS PLANCHAS</li> <li>• HORNO MULTIUSOS</li> <li>• VALVULA HUMCAR NACIONAL</li> <li>• RUEDA SILIKONADA 0 NIVELADORES OPCIONAL</li> <li>• DIMENSIONES: Largo: 280 mts x Fondo: 110 mts Alto: 0.90 mts</li> </ul>
Campana extractora	1	Campana Extractora de Isla Electro lux 106cm Acero Inoxidable (ECVI4262AS)
Procesador de alimentos	1	Procesador De Alimentos 10 Tazas Hamilton Beach 70723 Negro
Cafetera	1	Cafetera 12 Tazas Programable OSTER BVSTDCDWX2

Cuadro 30.Muebles y enseres operativos o de producción.

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICOS
Mesa de acero inoxidable 2 m x 60 cm	1	Dimensiones: Mes acero inoxidable. Alto 80 cms, largo 100 cms, ancho x 50 cms. Entrepaño a 17 cms de ruedas. 4 ruedas, 2 con frenos.
Kit menaje y utensilios	1	<p>Ciento treinta (130) cucharas pequeñas, en acero inoxidable, 14.5 cm.</p> <p>Tres (3) tablas de picar, rectangular, largo y ancho 40 cm x 28 cm. Espesor 10 mm, diámetro 28 cm.</p> <p>Un (1) set de cuchillos incluye: Una (1) tijera de cocina, Un (1) cuchillo para pelar, cuatro (4) cuchillos para carne, un (1) cuchillo para queso, un (1) cuchillo para filetear, un (1) cuchillo paleta, un (1) cuchillo para trozar, un (1) cuchillo para trinchar, un (1) cuchillo para rebanar, un (1) cuchillo slicer.</p> <p>Diez (10) bandejas en acero inoxidable. Medida (cm), alto 2 diámetro 34 x 44.</p>
Servilleteros	5	En plástico. Largo x Ancho x Altura: 14 cm x 4.2 cm x 7 cm. Forma: Triangular.

Señalización	16	<p>Un (1) punto ecológico, 3 cestas de basura con capacidad 35 litros. Quince (15) letreros de señalización seguridad y salud en el trabajo (Advertencia, prohibición, acción obligatoria, condiciones de seguridad, condiciones de seguridad, contraincendios, salidas de emergencia, entrada, salida y mapa de evacuación. Señal 22x15cm Poliestireno Características: Cumple con Resolución 705 de 207 y NTC 1461 - 1931 - 1910, material en poliestireno cal. 20, incluye cinta adhesiva doble faz para sujeción a superficie. Alto: 22 cms</p>
--------------	----	---

Cuadro 31.Herramientas, repuestos y accesorios.

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICOS
Kit de herramientas metálicas y dieléctricas	1	<p>Material acero inoxidable, 92 piezas de herramientas mecánicas; Un juego de trece 13 herramientas profesionales aisladas que incluyen cuatro (4) alicates, seis (6) destornilladores, un (1) cortador de cables, un (1) alicate de bomba y un (1) cuchillo para despellejar.</p>
Kit de insumos de limpieza y desinfección	1	<p>Una (1) escobas cerdas blandas.            Una (1) escoba cerda duras.            Dos (2) baldes plásticos 8 litros.            Un (1) recogedor de basura plástico, 90 cm de alto, 23 cm.            Un (1) litro de desinfectante de cloro            Tres (3) libras de detergente limón con bicarbonato.            Bidón veinte (20 litros) lava loza líquido, industrial.</p>

		Diez (10) esponjas lava lozas doble uso.
Kit dotación	1	Seis (6) par zapatos antideslizantes adulto. Seis (6) camiseta y pantalón, talla adulta. Dieciséis (18) tapabocas bordado. Seis (6) delantal bordado logo Fusión Perú.

### 3.2.5.3 Materiales, insumos o mercancías.

Materiales directos, insumos o mercancía para la venta.

A continuación, en los siguientes cuadros se indica los materiales necesarios para poder producir un plato de ceviche mixto y de chaufa fusión con la cantidad proyectada para producir en el primer año.

Cuadro 32. Materiales directos, insumos o mercancía para la venta.

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD POR UNIDAD	CANTIDAD AÑO 1
Pescado	Kilo	0,2270	2.942
Camarones	Kilo	0,5000	6.480
Calamar	Kilo	0,2270	2.942
Limon	Kilo	0,1000	1.296
Cebolla cabezona roja	Kilo	0,2000	2.592
Camote	Kilo	0,2000	2.592
Maiz (Choclo) dulce	Kilo	0,1000	1.296
Cilantro (culantro)	Kilo	0,0250	324
Mango	Kilo	0,2000	2.592
Ají	Kilo	0,0300	389
Lechuga	Kilo	0,1000	1.296
Arroz blanco	Kilo	0,2000	2.592
Pechuga de pollo	Kilo	0,2500	3.240
Chorizo Valle de San Jose	Kilo	0,1000	1.296
Maiz dulce	Kilo	0,2000	2.592
Cebolla cabezona roja	Kilo	0,1000	1.296
Ajo	Kilo	0,0100	130
Aceite de soja	Kilo	0,0050	65
Aceite de ajonjolí	Kilo	0,0050	65
Jengibre	Kilo	0,0050	65
Pimenton rojo	Kilo	0,0050	65

Huevo	Kilo	0,0050	65
Raiz China	Kilo	0,1000	1.296

Cuadro 33. Materiales indirectos.

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD POR UNIDAD	CANTIDAD AÑO 1
Cubiertos	Unidad	1	12.960
Envase plástico	Unidad	1	12.960
Caja empaque	Unidad	1	12.960
Papel encerado	Unidad	1	12.960
Papel aluminio	Unidad	1	12.960

#### 4.2.4 Distribución de planta.

La distribución de la planta se hará organizando los espacios útiles y necesarios con el fin de optimizar el espacio y que la distribución sea justa en almacenamiento, espacio de descanso, oficina y ubicación de equipos.

Figura 30. Distribución en planta restaurante.



Cuadro 34. Distribución de Planta.

<b>Área</b>	<b>Descripción</b>	<b>Dimensión</b>
Cocina	Área de cocina, empaque y despacho.	5,30cmx5,50cm
Descanso	Área del comedor y TV para los colaboradores y zona de revisión y despacho a los domiciliarios.	8,30cmx7,80cm
Oficina	Área de recepción de pedidos por vía web y medios digitales, adicional de tareas administrativas	2,30cmx2,0cm
Baños	Área de baños y vestuario.	5,30cmx2,0cm
Zona de parqueo	Área donde parquean los distintos domiciliarios, reciben el pedido y lo llevan a su destino.	10,3cmx2,50cm

### **3.2.7 Localización.**

#### **3.2.7.1 Macro localización.**

En cuanto a la localización del restaurante FUSIÓN PERÚ estará ubicado en la ciudad de Bucaramanga, del departamento de Santander, Colombia.

La decisión de realizar el proyecto en la ciudad de Bucaramanga, es por su alto comercio y flujo de personas que trabajan y visitan la ciudad diariamente. Además de tener la oportunidad de mantener contacto permanente con los clientes potenciales, debido a cuestiones económicas y de transporte.

Figura 31. Mapa Bucaramanga.



Fuente: Mapade.org

### 3.2.7.2 Micro localización.

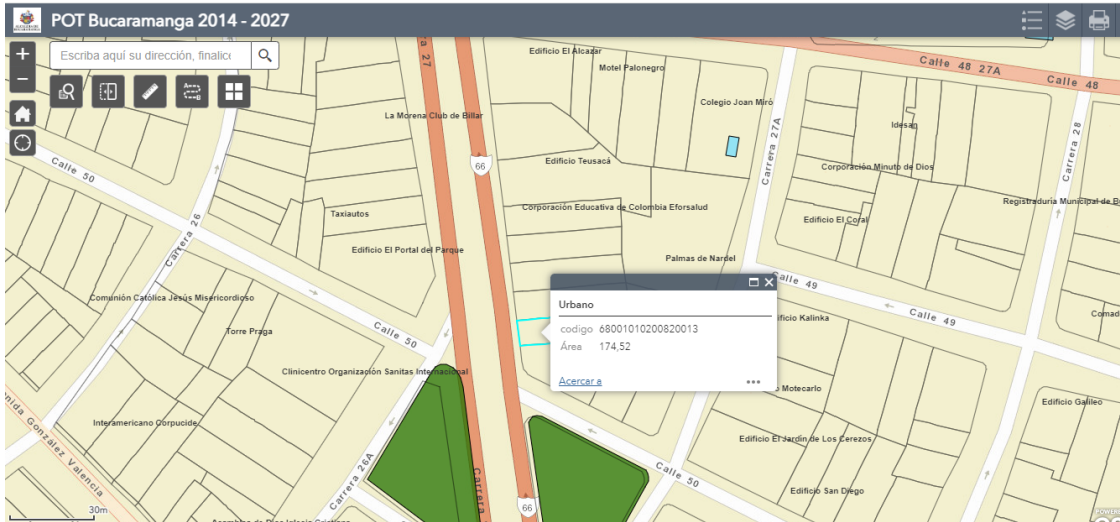
A continuación, se realizará la valoración y puntuación con el objetivo de definir la mejor ubicación del proyecto el cual se desea desarrollar. Información final que permite proyectar las actividades de planificación relacionadas con el proyecto, la distribución física y las obras de construcción si son necesarias.

El método a utilizar será por puntuación que permite evaluar cada opción en función de una serie de factores condicionantes.

Se analizó en el Plan de Ordenamiento Territorial<sup>64</sup>, mediante su aplicativo POT ONLINE, la opción de ubicación que se quiere proponer.

<sup>64</sup> Plan de Ordenamiento Territorial, POT Online, . [Consultado: 05 de abril de 2024] [EN LÍNEA] Disponible en: <https://www.bucaramanga.gov.co/bucaramanga-avanza/plan-de-ordenamiento-territorial/>

Figura 32. POT 2014-2027.



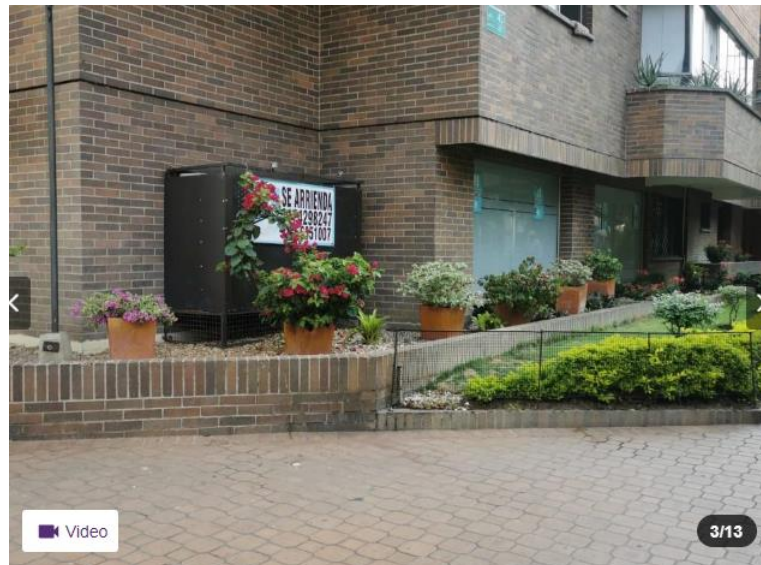
- Ubicación 1. Cra. 27 #48-97, Sotomayor, Bucaramanga, Santander área 174 m<sup>2</sup>, Valor de cánón mensual de arriendo: \$1.500.000.

Figura 33. Foto opción de ubicación proyecto 1.



- Ubicación 2. Cra. 28 #44-61, Sotomayor, Bucaramanga, Santander, área 168 m<sup>2</sup>, Valor de cánón mensual de arriendo: \$2.500.000.

Figura 34. Foto opción de ubicación proyecto 2.



- Ubicación 3. Ave. González Valencia con Calle 62, Conucos, Bucaramanga, Santander, área 168 m<sup>2</sup>. Valor de cánón mensual de arriendo: \$3.800.000

Figura 35. Foto opción de ubicación proyecto 3.



En el siguiente cuadro se detalla la calificación de los factores para determinar la micro localización.

En este método se seleccionaron algunos factores característicos; a cada factor se le asignó un peso según su importancia dentro del proyecto; se calificó cada ubicación según el factor, en escala de 1 a 10, siendo 1 menos favorable y 10 más favorable para el proyecto; finalmente se sumaron los valores y la ubicación que obtuvo la puntuación más alta, es la más propicia para ubicar el proyecto.

Cuadro 35. Factores micro localización, método cualitativo.

FACTOR	PESO	CALIFICACIÓN		
		UBICACIÓN 1	UBICACIÓN 2	UBICACIÓN 3
Necesidad de remodelación	15%	9,00	5,00	1,00
Área disponible	25%	10,00	2,00	7,00
Zona de parqueo	20%	9,00	3,00	6,00
Canon de arrendamiento	10%	10,00	7,00	8,00
Facilidad de acceso para clientes	30%	8,00	8,00	8,00
TOTALES	100%	9,05	4,95	6,30

Tras una exhaustiva evaluación de las opciones disponibles, se ha seleccionado la Ubicación 1, situada entre la Cra. 27 #48-97, como el lugar ideal para el establecimiento del restaurante Fusión Perú. Esta decisión se basa en el análisis de diversos factores, incluyendo la valoración por puntos y la cercanía a puntos estratégicos de la ciudad.

La Ubicación 1. obtuvo la puntuación más alta en la valoración por puntos, destacándose por sus ventajas relativas en cuanto a la ubicación geográfica y la accesibilidad desde diferentes zonas de la ciudad.

Cabe destacar que el puntaje total de la Ubicación 1. fue de 9,05, superando significativamente a las Ubicaciones 2. (4,95) y 3. (6,30). Esta diferencia refleja la superioridad de la Ubicación 1. en términos de los criterios establecidos para la selección del local ideal.

### 3.2.8 Control de calidad.

El control de calidad es una base importante para el éxito de todo negocio o proyecto, dado que definen el nivel de servicio prestado en un restaurante.

Para el control de calidad del restaurante se implementarán medios físicos, químicos, técnicos, sensoriales, microbiológicos y nutricionales para asegurar su nivel óptimo en aspectos como sanidad, higiene, sabor adecuado, nutrientes y otros, que se incluyen en los parámetros requeridos.

Con el fin de encontrar en cada proceso el equilibrio óptimo y no afectar al consumidor que serían nuestros clientes.

Para el control efectivo de calidad se tendrán en cuenta los siguientes elementos:

- Capacitación de personal en control de calidad para vigilar los problemas de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), Análisis de Puntos Críticos de Control (HACCP) y seguridad alimentaria.
- Capacitación en primeros auxilios y conrainscendios.
- Aplicación de normas en Manejo de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y Análisis de Puntos Críticos de Control (HACCP).
- Capacitación y aplicación de control de calidad de las materias primas e insumos entrantes al proceso.

### **3.3 CAPACIDAD DEL PROYECTO**

#### **3.3.1 Capacidad total diseñada por línea de producto o servicio**

Para determinar la capacidad diseñada, el servicio del restaurante estará habilitado de Martes a Domingo que corresponden a 313 días al año, adicionalmente los lunes festivos se trabajaran; es decir, se trabaja en promedio 331 días al año.

El horario de servicio en los días laborados será de 10:00 a.m. a 12:00 a.m. distribuido de la siguiente forma: 10:00 am a 12:00 p.m. preparativos iniciales / 11:00 a.m. – 10:00 p.m. atención a clientes / 10:00 p.m – 12:00 am preparativos finales.

Adicional se contará con los dos turnos que se manejaran de 7 horas, 2 auxiliares para cada jornada que acompañaran al Chef, contando con un tiempo/ciclo de 34 min, que corresponde en horas a 0.57 h. A partir de estos datos se determina el nivel máximo de producción del restaurante.

Cuadro 36.Capacidad diseñada

CAPACIDAD DISEÑADA	
Dias/año	323
Jornadas	2
Operarios	2
Horas/año	10.336
Tiempo ciclo/horas	0,57
Productos/año	18.240

El tiempo promedio de producción de un plato de es 0.57 horas (34 min), tiempo determinado con la ayuda del estudio de métodos y tiempos.

### 3.3.2 Capacidad instalada.

Se tiene en cuenta el tiempo real de producción según la jornada laboral establecida que es de 10:00am hasta las 12:00am, el número de auxiliares por turno (2), días laborados al año (323) menos – (3) días de festividades que no se laborarán los cuales son 8 de diciembre, 24 de diciembre y 01 de enero, menos – ( 11) lunes festivos dado que ese día no se laborará independientemente que sea festivo o no menos – (3) días de incapacidad o permisos para un total de días: 306 días año.

Cuadro 37.Capacidad instalada

CAPACIDAD INSTALADA	
Dias/año	306
Jornadas	2
Operarios	2
Horas/año	9.792
Tiempo ciclo/horas	0,57
Productos/año	17.280

Unidades /año

La cantidad de platos a producir anualmente es de 17.280

### 3.3.3 Capacidad utilizada y proyectada.

El nivel de eficiencia en un restaurante se refiere a la capacidad de este para utilizar sus recursos de manera óptima para lograr sus objetivos, como la satisfacción del cliente, la

rentabilidad y la sostenibilidad. Sin embargo, en general, se recomienda que un restaurante nuevo apunte a una eficiencia del 75% como punto de partida.

Esto significa que el restaurante debería poder aprovechar el 75% de sus recursos de manera efectiva para alcanzar sus objetivos e incrementar anualmente el 2% teniendo en cuenta el crecimiento del sector y el PIB.

Se estima que el restaurante tendrá una capacidad utilizada del 75%, la cual aumentará cada año el 2%

Cuadro 38.Capacidad utilizada y proyectada.

	CAPACIDAD UTILIZADA Y PROYECTADA			
	CAPACIDAD INSTALADA	NIVEL DE EFICIENCIA	CAPACIDAD UTILIZADA	PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
1	17.280	75%	12.960	0,21%
2	17.280	77%	13.306	
3	17.280	79%	13.651	
4	17.280	81%	13.997	
5	17.280	83%	14.342	

En el primer año de operación se realizarán 12.960 platos y la participación en el mercado del 0.21%

## 4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

### 4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

El proyecto de factibilidad Fusión Perú se constituirá como una Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S), Se puede constituir mediante documento privado, excepto si en su constitución se aportan bienes sujetos a escritura pública, caso en el cual sí se debe constituir mediante escritura pública.<sup>65</sup>

Las Sociedades por Acciones Simplificada (S.A.S) se destacan como la mejor opción para iniciar una empresa en Colombia debido a su sencillez en la constitución, flexibilidad en la estructura, autonomía en la gestión, responsabilidad limitada de los socios, beneficios tributarios y facilidad para atraer inversión. Estas características la convierten en un modelo societario atractivo para emprendedores que buscan un entorno favorable para el crecimiento y éxito de su negocio.

### 4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

**4.2.1 Misión.** Somos una propuesta gastronómica que fusiona dos culturas, la colombiana y peruana, para brindar comidas elaboradas con ingredientes de alta calidad y sazones únicos y étnicos, cargado de un servicio netamente virtual con entrega a domicilio para complacer el paladar en cualquier lugar en donde se encuentre el comensal.

#### 4.2.2 Visión.

Fusión Perú S.A.S, para el 2027 logrará estar posicionado como uno de los mejores restaurantes con servicio virtual en la ciudad de Bucaramanga, así como también seremos distinguidos por lograr deleitar paladares en cualquier lugar de la ciudad, contaremos con un menú balanceado y de alta calidad.

---

<sup>65</sup>Beneficios y ventajas de crear una SAS en Colombia, Diciembre 28 de 2023 [Consultado: 17 de abril de 2024] [EN LÍNEA]  
Disponible en: <https://serviciolegal.com.co/beneficios-y-ventajas-de-crear-una-sas-en-colombia/>

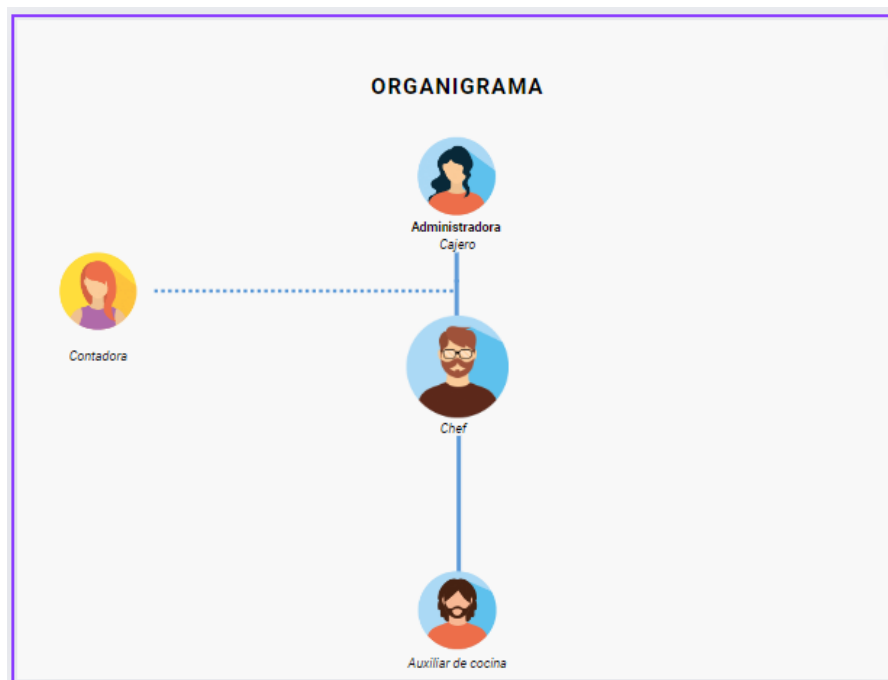
Nuestro talento humano, será escogido cuidadosamente con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes y focalizando todos los recursos y esfuerzos para lograr todas nuestras metas que se tiene para ser un excelente servicio. Comprometidos con la responsabilidad social y siempre generando el mejor y más adecuado ambiente laboral.

#### 4.2.3 Valores Corporativos.

- **Innovación:** Fomentar la creatividad y la búsqueda constante de nuevas ideas y enfoques para mejorar y diferenciarse en el mercado.
- **Calidad:** Realizar cada proceso establecido por el restaurante de la manera más óptima y adecuada y siguiendo los lineamientos y manual establecido.
- **Sostenibilidad:** Como industria gastronómica comprometida con la responsabilidad social, inclusión social y transparencia.
- **Compromiso:** Ser honestos y transparentes con todos nuestros colaboradores y clientes en la búsqueda de la mejora constante, con el fin de ofrecer el mejor servicio, brindando soluciones inmediatas y excelente servicio al cliente.

#### 4.2.4 Organigrama.

Figura 36. Organigrama



#### 4.2.5 Asignación salarial.

Los salarios para los colaboradores se toman en base al salario mínimo legal vigente año 2024 el cual es de (\$1.300.000) se tiene en cuenta el cargo a desempeñar para de acuerdo a eso realizar el ajuste correspondiente.

Los colaboradores tendrán todas las prestaciones de ley las cuales se constituyen de la siguiente manera:

Auxilio de transporte= 162.000

Salud= 8,5%

Pensión 12%

ARL= 1%

Caja de Compensación= 4%

Prima de servicios= 8,33%

Cesantías= 8,33%

Intereses sobre cesantías= 12,00%

Vacaciones= 4,17%

Dotación= 3 veces al año, una cada 4 meses.

Los colaboradores que devenguen más de dos salarios mínimos no tendrán auxilio de transporte.

Cuadro 39. Asignación salarial

<b>CARGO</b>	<b>SUELDO</b>	<b>SUBSIDIO TRANSPORTE</b>	<b>ÁREA</b>	<b>TIPO DE CONTRATO</b>	<b>Nº PUESTOS</b>
Administrador/cajero	\$ 1.300.000	\$ 162.000	Administrativa	Término indefinido	1
Auxiliares de cocina	\$ 1.300.000	\$ 162.000	Operativa	Termino fijo	4
Chef	\$ 1.500.000	\$ 162.000	Operativa	Término indefinido	1

## 5. ESTUDIO FINANCIERO

El análisis financiero es importante para la administración adecuada en la toma de decisiones de una empresa, detectar las dificultades futuras para predecir la situación económica, financiera y aplicar correctivos adecuados para solventarlas.<sup>66</sup>

### 5.1 INVERSIONES FIJA Y DIFERIDA

#### 5.1.1 Inversión Fija.

Los activos fijos que se integran inicialmente para este proyecto están distribuidos en Equipo de Oficina, Comunicación y Computación, Maquinaria y Equipo, Muebles y Enseres y Materiales, repuestos y accesorios.

Cuadro 40. Maquinaria y equipo

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Congelador industrial	1	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000	\$ 1.200.000	\$ 1.000.000
Nevecon	1	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 400.000	\$ 500.000
Licuada industrial	1	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 24.000	\$ 30.000
Estufa industrial	1	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 660.000	\$ 700.000
Campana extractora	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 250.000	\$ 250.000
Procesador de alimentos	1	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 24.000	\$ 30.000
Cafetera	1	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 24.000	\$ 30.000
TOTALES			\$ 15.450.000	\$ 2.582.000	\$ 2.540.000

Cuadro 41. Muebles y enseres

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Mesa de acero inoxidable 2 m x 60 cm	1	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 146.000	\$ 70.000
Kit menaje y utensilios	1	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 480.000	\$ 100.000
Servilleteros	5	\$ 20.000	\$ 100.000	\$ 20.000	\$ 0
Señalización	16	\$ 8.000	\$ 128.000	\$ 25.600	\$ 0

<sup>66</sup> Carlos Ochoa-González, Ana Sánchez-Villacres, Jaime Andocilla- Cabrera, Hugo Hidalgo – Hidalgo y Deysi Medina-Hinojosa (2018): “El análisis financiero como herramienta clave para una gestión financiera eficiente en las medianas empresas comerciales del Cantón Milagro”, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (abril 2018). En línea: <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/analisis-financiero-ecuador.html>

TOTALES	\$ 3.528.000	\$ 671.600	\$ 170.000
---------	--------------	------------	------------

Cuadro 42. Equipos de oficina

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Escritorio con cajones	1	\$ 379.900	\$ 379.900	\$ 69.980	\$ 30.000
Botiquin reglamentario	1	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 26.000	\$ 20.000
Silla de oficina	1	\$ 191.600	\$ 191.600	\$ 38.120	\$ 1.000
Mesa de 4 puestos plastica	1	\$ 2.300.000	\$ 2.300.000	\$ 440.000	\$ 100.000
Sillas plasticas	4	\$ 200.000	\$ 800.000	159.400	\$ 3.000
TV 50"	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 200.000	\$ 500.000
Extintor multiproposito	2	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 10.000	\$ 1.000
Extintor HCFC 123	1	\$ 150.000	\$ 600.000	\$ 119.400	\$ 1.000
TOTALES			\$ 6.071.500	\$ 1.062.900	\$ 656.000

Cuadro 43. Equipos de computación y comunicación

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Computador de mesa	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 370.000	\$ 150.000
Celular	1	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 350.000	\$ 50.000
Teléfono Fijo	1	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 66.000	\$ 20.000
Impresora multifuncional	1	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 96.000	\$ 20.000
TOTALES			\$ 4.650.000	\$ 882.000	\$ 240.000

Cuadro 44. Herramientas

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Kit de herramientas metálicas y dieléctricas	1	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 90.000	\$ 50.000
Kit de insumos de limpieza y desinfección	1	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 61.000	\$ 45.000
Kit dotación	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 240.000	\$ 300.000
TOTALES			\$ 2.350.000	\$ 391.000	\$ 395.000

Cuadro 45. Total, de inversión fija.

ACTIVO	VALOR TOTAL
Equipo de oficina	\$ 6.071.500
Equipo de computación y comunicación	\$ 3.720.000
Maquinaria y equipo	\$ 15.450.000
Muebles y enseres operativos	\$ 3.528.000
Herramientas, repuestos y accesorios	\$ 2.350.000
Inventario de mercancía	\$ 0

TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 31.119.500
----------------------	---------------

### 5.1.2 Inversión diferida.

En la inversión diferida se estima un total de \$15.000.000, que hace referencia a los desembolsos pre operativos del restaurante para cumplir con los requisitos de ley, adecuaciones locativas de producción, posicionamiento inicial de la empresa, publicidad de lanzamiento entre otros.

Cuadro 46. Inversión diferida

CONCEPTO	VALOR
Estudio de Factibilidad	\$ 350.000
Licencia de funcionamiento	\$ 700.000
Registro sanitario	\$ 500.000
Escritura de Constitución	\$ 600.000
Registro de libros y documentos	\$ 100.000
Estudio impacto ambiental	\$ 2.000.000
Diseño del SG-SST	\$ 3.400.000
Software contable	\$ 450.000
Adecuaciones-Remodelaciones	\$ 2.500.000
Publicidad Lanzamiento	\$ 2.300.000
Diseño de identidad corporativa	\$ 890.000
Diseño del sitio web	\$ 900.000
<b>TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA</b>	<b>\$ 14.690.000</b>
Amortización anual	\$ 2.938.000
Amortización mensual	\$ 244.833

## 5.2 COSTOS Y GASTOS

### 5.2.1 Costos de producción.

Para este punto hay que recordar que es un restaurante virtual, por lo tanto, los datos no son presentados.

#### 5.2.1.1 Costos fijos.

Cuadro 47. Costos fijos

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
Arriendo	\$ 1.200.000	\$ 14.400.000
Seguros	\$ 0	\$ 0
Teléfono	\$ 72.000	\$ 864.000

Internet	\$ 20.000	\$ 240.000
Acueducto	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Energía	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Depreciación operativa	\$ 303.717	\$ 3.644.600
Otro	\$ 0	\$ 0
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 1.795.717</b>	<b>\$ 21.548.600</b>

### 5.2.1.2 Costos variables.

Cuadro 48. Costos variables

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
MOD	\$ 11.494.621	\$ 137.935.449
Materiales directos	\$ 9.921.960	\$ 119.063.520
Materiales indirectos	\$ 3.888.000	\$ 46.656.000
Acueducto	-\$ 15.000	-\$ 180.000
Energía	-\$ 20.000	-\$ 240.000
Gas	\$ 90.000	\$ 1.080.000
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 25.359.581</b>	<b>\$ 304.314.969</b>

Cuadro 49. Insumos y/o materias primas

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Pescado	Kilo	2.942	\$ 8.000	\$ 23.535.360
Camarones	Kilo	6.480	\$ 8.000	\$ 51.840.000
Calamar	Kilo	2.942	\$ 4.000	\$ 11.767.680
Limon	Kilo	1.296	\$ 2.000	\$ 2.592.000
Cebolla cabezona roja	Kilo	2.592	\$ 1.000	\$ 2.592.000
Camote	Kilo	2.592	\$ 1.000	\$ 2.592.000
Maiz (Choclo) dulce	Kilo	1.296	\$ 2.000	\$ 2.592.000
Cilantro (culantro)	Kilo	324	\$ 1.000	\$ 324.000
Mango	Kilo	2.592	\$ 2.000	\$ 5.184.000
Ají	Kilo	389	\$ 1.000	\$ 388.800
Lechuga	Kilo	1.296	\$ 1.000	\$ 1.296.000
Arroz blanco	Kilo	2.592	\$ 4.500	\$ 11.664.000
Ajo	Kilo	130	\$ 100	\$ 12.960
Aceite de soja	Kilo	0,65	\$ 100	\$ 6.480
Aceite de ajonjolí	Kilo	0,65	\$ 100	\$ 6.480
Jengibre	Kilo	0,65	\$ 100	\$ 6.480
Pimenton rojo	Kilo	0,65	\$ 100	\$ 6.480
Huevo	Kilo	0,65	\$ 1.000	\$ 64.800
Raiz China	Kilo	1.296	\$ 2.000	\$ 2.592.000
<b>COSTO TOTAL INSUMOS O MATERIA PRIMA</b>				<b>\$ 119.063.520</b>

Cuadro 50. materiales indirectos

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Cubiertos	Unidad	12.960	\$ 600	\$ 7.776.000
Envase plastico	Unidad	12.960	\$ 1.000	\$ 12.960.000
Caja empaque	Unidad	12.960	\$ 1.000	\$ 12.960.000
Papel encerado	Unidad	12.960	\$ 500	\$ 6.480.000
Papel aluminio	Unidad	12.960	\$ 500	\$ 6.480.000
COSTO TOTAL MATERIALES INDIRECTOS				\$ 46.656.000

Cuadro 51. Costos variables.

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
MOD	\$ 11.494.621	\$ 137.935.449
Materiales directos	\$ 9.921.960	\$ 119.063.520
Materiales indirectos	\$ 3.888.000	\$ 46.656.000
Acueducto	-\$ 15.000	-\$ 180.000
Energía	-\$ 20.000	-\$ 240.000
Gas	\$ 90.000	\$ 1.080.000
TOTALES	\$ 25.359.581	\$ 304.314.969

### 5.2.1.3 Costos totales.

Cuadro 52. Costos totales.

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
COSTOS FIJOS	\$ 1.795.717	\$ 21.548.600
COSTOS VARIABLES	\$ 25.359.581	\$ 304.314.969
TOTALES	\$ 27.155.297	\$ 325.863.569

## 5.2.2 Gastos de administración y ventas

### 5.2.2.1 Gastos fijos de administración y ventas

Cuadro 53. Nomina administrativa.

CARGO	PORCENTAJE	Administrador/cajero
SUELDO		\$ 1.300.000
SUB.TRANSP		\$ 162.000
Cesantías	8,333%	\$ 121.828
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 14.620
Prima de servicios	8,333%	\$ 121.828
Vacaciones	4,167%	\$ 60.914
Salud	8,500%	\$ 110.500
Pensión	12,000%	\$ 156.000
ARL	0,500%	\$ 6.500
SENA	2,000%	\$ 26.000

ICBF	3,000%	\$ 39.000
Caja de compensación	4,000%	\$ 52.000
Dotación	5,000%	\$ 65.000
SALARIO REAL		\$ 2.236.191
Nº DE PUESTOS		1
COSTO TOTAL NÓMINA	\$ 26.834.294	\$ 26.834.294

Cuadro 54. Gastos fijos de admón. y ventas.

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Nómina administrativa	\$ 2.236.191	\$ 26.834.294
Arriendo	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Acueducto	\$ 15.000	\$ 180.000
Energía	\$ 20.000	\$ 240.000
Gas	\$ 10.000	\$ 120.000
Teléfono	\$ 8.000	\$ 96.000
Internet	\$ 80.000	\$ 960.000
Seguros	\$ 250.000	\$ 3.000.000
Publicidad operativa	\$ 420.000	\$ 5.040.000
Contador	\$ 500.000	\$ 6.000.000
Asesoría SG-SST	\$ 283.333	\$ 3.399.996
Papelería	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Cafetería	\$ 150.000	\$ 1.800.000
Amortización de diferidos	\$ 244.833	\$ 2.938.000
Depreciaciones administrativas	\$ 146.575	\$ 1.758.900
TOTALES	\$ 4.763.932	\$ 57.167.190

### 5.2.2.2 Gastos variables de administración y ventas

### 5.2.2.3 Gastos totales

Cuadro 55. Total, gastos de administración y ventas

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gastos fijos	\$ 4.763.932	\$ 57.167.190
Total	\$ 4.763.932	\$ 57.167.190

### 5.3 CAPITAL DE TRABAJO.

#### 5.3.1 Periodo de capital de trabajo.

Para el capital de trabajo de inicio necesario para cubrir las necesidades propias del restaurante se planeó a un mes, teniendo en cuenta que desde el día 01 de inicio de ventas el flujo de caja se comienza a evidenciar y generar ingresos ya que son ventas de contado.

#### 5.3.2 Estructura del crédito.

Cuadro 56. Estructura del crédito.

Préstamo	\$ 20.000.000	Interés mensual	1,39%
Periodo	60	Valor cuota mensual	493.617

#### 5.3.2.1 Amortización del crédito.

Cuadro 57. Amortización del crédito.

PERIODO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA MENSUAL	SALDO
1	\$ 215.617	\$ 278.000	\$ 493.617	\$ 19.784.383
2	\$ 218.614	\$ 275.003	\$ 493.617	\$ 19.565.769
3	\$ 221.653	\$ 271.964	\$ 493.617	\$ 19.344.116
4	\$ 224.734	\$ 268.883	\$ 493.617	\$ 19.119.382
5	\$ 227.858	\$ 265.759	\$ 493.617	\$ 18.891.524
6	\$ 231.025	\$ 262.592	\$ 493.617	\$ 18.660.499
7	\$ 234.236	\$ 259.381	\$ 493.617	\$ 18.426.263
8	\$ 237.492	\$ 256.125	\$ 493.617	\$ 18.188.771
9	\$ 240.793	\$ 252.824	\$ 493.617	\$ 17.947.978
10	\$ 244.140	\$ 249.477	\$ 493.617	\$ 17.703.838
11	\$ 247.534	\$ 246.083	\$ 493.617	\$ 17.456.304
12	\$ 250.974	\$ 242.643	\$ 493.617	\$ 17.205.330
	\$ 2.794.670	\$ 3.128.734	\$ 5.923.404	
13	\$ 254.463	\$ 239.154	\$ 493.617	\$ 16.950.867
14	\$ 258.000	\$ 235.617	\$ 493.617	\$ 16.692.867
15	\$ 261.586	\$ 232.031	\$ 493.617	\$ 16.431.281
16	\$ 265.222	\$ 228.395	\$ 493.617	\$ 16.166.059
17	\$ 268.909	\$ 224.708	\$ 493.617	\$ 15.897.150
18	\$ 272.647	\$ 220.970	\$ 493.617	\$ 15.624.503
19	\$ 276.436	\$ 217.181	\$ 493.617	\$ 15.348.067
20	\$ 280.279	\$ 213.338	\$ 493.617	\$ 15.067.788
21	\$ 284.175	\$ 209.442	\$ 493.617	\$ 14.783.613
22	\$ 288.125	\$ 205.492	\$ 493.617	\$ 14.495.488

23	\$ 292.130	\$ 201.487	\$ 493.617	\$ 14.203.358
24	\$ 296.190	\$ 197.427	\$ 493.617	\$ 13.907.168
	\$ 3.298.162	\$ 2.625.242	\$ 5.923.404	
25	\$ 300.307	\$ 193.310	\$ 493.617	\$ 13.606.861
26	\$ 304.482	\$ 189.135	\$ 493.617	\$ 13.302.379
27	\$ 308.714	\$ 184.903	\$ 493.617	\$ 12.993.665
28	\$ 313.005	\$ 180.612	\$ 493.617	\$ 12.680.660
29	\$ 317.356	\$ 176.261	\$ 493.617	\$ 12.363.304
30	\$ 321.767	\$ 171.850	\$ 493.617	\$ 12.041.537
31	\$ 326.240	\$ 167.377	\$ 493.617	\$ 11.715.297
32	\$ 330.774	\$ 162.843	\$ 493.617	\$ 11.384.523
33	\$ 335.372	\$ 158.245	\$ 493.617	\$ 11.049.151
34	\$ 340.034	\$ 153.583	\$ 493.617	\$ 10.709.117
35	\$ 344.760	\$ 148.857	\$ 493.617	\$ 10.364.357
36	\$ 349.552	\$ 144.065	\$ 493.617	\$ 10.014.805
	\$ 3.892.363	\$ 2.031.041	\$ 5.923.404	
37	\$ 354.411	\$ 139.206	\$ 493.617	\$ 9.660.394
38	\$ 359.338	\$ 134.279	\$ 493.617	\$ 9.301.056
39	\$ 364.332	\$ 129.285	\$ 493.617	\$ 8.936.724
40	\$ 369.397	\$ 124.220	\$ 493.617	\$ 8.567.327
41	\$ 374.531	\$ 119.086	\$ 493.617	\$ 8.192.796
42	\$ 379.737	\$ 113.880	\$ 493.617	\$ 7.813.059
43	\$ 385.015	\$ 108.602	\$ 493.617	\$ 7.428.044
44	\$ 390.367	\$ 103.250	\$ 493.617	\$ 7.037.677
45	\$ 395.793	\$ 97.824	\$ 493.617	\$ 6.641.884
46	\$ 401.295	\$ 92.322	\$ 493.617	\$ 6.240.589
47	\$ 406.873	\$ 86.744	\$ 493.617	\$ 5.833.716
48	\$ 412.528	\$ 81.089	\$ 493.617	\$ 5.421.188
	\$ 4.593.617	\$ 1.329.787	\$ 5.923.404	
49	\$ 418.262	\$ 75.355	\$ 493.617	\$ 5.002.926
50	\$ 424.076	\$ 69.541	\$ 493.617	\$ 4.578.850
51	\$ 429.971	\$ 63.646	\$ 493.617	\$ 4.148.879
52	\$ 435.948	\$ 57.669	\$ 493.617	\$ 3.712.931
53	\$ 442.007	\$ 51.610	\$ 493.617	\$ 3.270.924
54	\$ 448.151	\$ 45.466	\$ 493.617	\$ 2.822.773
55	\$ 454.380	\$ 39.237	\$ 493.617	\$ 2.368.393
56	\$ 460.696	\$ 32.921	\$ 493.617	\$ 1.907.697
57	\$ 467.100	\$ 26.517	\$ 493.617	\$ 1.440.597
58	\$ 473.593	\$ 20.024	\$ 493.617	\$ 967.004
59	\$ 480.176	\$ 13.441	\$ 493.617	\$ 486.828
60	\$ 486.850	\$ 6.767	\$ 493.617	\$ 0
	\$ 5.421.210	\$ 502.194	\$ 5.923.404	
	20.000.000			

### 5.3.2.2 Gastos financieros.

Los gastos financieros para un mes de operaciones son de \$20.000.000 el cual se financiará en la entidad bancaria conocida como Banco Agrario con un interés del 1,39% para un crédito de libre inversión diferido a 5 años.

### 5.3.3 Cuadro resumen del capital de trabajo.

Cuadro 58.Capital de trabajo

CONCEPTO	VALOR
Costos totales de producción	\$ 27.155.297
Gastos de administración y ventas	\$ 4.763.932
Gastos financieros	\$ 417.000
Menos Depreciaciones	-\$ 450.292
Menos Amortización diferidos	-\$ 244.833
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 31.641.105

La depreciación y la amortización no se tiene en cuenta en el capital de trabajo porque estas no representan egresos o salidas de dinero de la empresa.

### 5.4 INVERSIÓN TOTAL

Cuadro 59.Inversión total

CONCEPTO	VALOR
Inversión fija	\$ 31.119.500
Inversión diferida	\$ 14.690.000
Inversión capital de trabajo	\$ 31.641.105
INVERSIÓN TOTAL	\$ 77.450.605

La inversión requerida para la puesta en marcha del restaurante es de \$77.450.605

### 5.5 ESTRUCTURA DE CAPITAL

Cuadro 60.Recursos.

CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE
Socios fundadores	\$ 29.000.000	37,51%
Nuevos socios	\$ 28.311.605	36,62%
Crédito bancario	\$ 20.000.000	25,87%
TOTAL	\$ 77.311.605	100,00%

### 5.5.1 Recursos propios.

Se invertirán el 37,51% de los recursos propios por un valor de \$29.000.000 y por parte de los nuevos socios invertirán el 36,62% lo que equivale a un valor de \$28.311.605

### 5.5.2 Recursos de financiación

Para la puesta en marcha del proyecto se financiará el 25.87% que equivalen a (\$20.000.000) para la inversión total, este crédito se realizara en la entidad bancaria conocida como Banco Agrario con un interés del 1,39% para un crédito de libre inversión

## 5.6 PRECIO DE VENTA

Cuadro 61.Precio de venta

Costos totales de producción	\$ 325.863.569
Gastos de administración y ventas totales	\$ 57.167.190
Costos y gastos totales	\$ 383.030.759
Capacidad utilizada año 1	12.960
Costos y gastos totales unitarios	\$ 29.555
Margen de utilidad	12%
Precio de venta	\$ 33.586
Precio al intermediario antes de IVA	\$ 33.586
Tasa de IVA o Imptoconsumo	8%
Precio al consumidor	\$ 36.507

Los cálculos del precio de venta sirvieron como punto de partida para determinar el precio final para el cliente. Se consideraron factores adicionales como las características únicas del producto, el valor percibido por el cliente y la estrategia general de marketing. Se debe tener muy presente que el valor del domicilio ya sea por las plataformas de comida o en el caso que sea directo con el restaurante sera un servicio tercerizado y el valor lo debe asumir el cliente.

## 5.7 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

### 5.7.1 Estado de Resultados proyectado.

Cuadro 62.Estado de resultado proyectado.

Ingresos operacionales	\$ 435.274.560	\$ 446.881.882	\$ 458.489.203	\$ 470.096.525	\$ 481.703.846
------------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

TOTAL INGRESOS	\$ 435.274.560	\$ 446.881.882	\$ 458.489.203	\$ 470.096.525	\$ 481.703.846
<b>MENOS COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>					
Materiales	\$ 119.063.520	\$ 122.238.547	\$ 125.413.574	\$ 128.588.602	\$ 131.763.629
MOD	\$ 137.935.449	\$ 137.935.449	\$ 137.935.449	\$ 137.935.449	\$ 137.935.449
CIF	\$ 68.864.600	\$ 70.126.360	\$ 71.388.120	\$ 72.649.880	\$ 73.911.640
UTILIDAD BRUTA	\$ 109.410.991	\$ 116.581.525	\$ 123.752.060	\$ 130.922.594	\$ 138.093.129
<b>MENOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>					
Nómina administrativa	\$ 26.834.294	\$ 26.834.294	\$ 26.834.294	\$ 26.834.294	\$ 26.834.294
Gastos generales	\$ 30.332.896	\$ 30.332.896	\$ 30.332.896	\$ 30.332.896	\$ 30.332.896
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 52.243.801	\$ 59.414.336	\$ 66.584.870	\$ 73.755.404	\$ 80.925.939
Menos gastos financieros (Intereses)	-\$ 3.128.734	-\$ 2.625.242	-\$ 2.031.041	-\$ 1.329.787	-\$ 502.194
Menos 4x1000	-\$ 1.741.098	-\$ 1.787.528	-\$ 1.833.957	-\$ 1.880.386	-\$ 1.926.815
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 47.373.969	\$ 55.001.566	\$ 62.719.872	\$ 70.545.231	\$ 78.496.929
Menos Impuesto de Renta	-\$ 3.789.918	-\$ 4.400.125	-\$ 5.017.590	-\$ 5.643.619	-\$ 6.279.754
Menos Impuesto de Ind y Cio	-\$ 43.527.456	-\$ 44.688.188	-\$ 45.848.920	-\$ 47.009.652	-\$ 48.170.385
UTILIDAD NETA	\$ 56.595	\$ 5.913.253	\$ 11.853.362	\$ 17.891.960	\$ 24.046.790
Menos Reserva Legal	-\$ 5.660	-\$ 591.325	-\$ 1.185.336	-\$ 1.789.196	-\$ 2.404.679
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 50.936	\$ 5.321.927	\$ 10.668.026	\$ 16.102.764	\$ 21.642.111

### 5.7.2 Flujo de Fondos proyectado.

Cuadro 63. Flujo de fondos proyectado.

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo de caja anterior	\$ 0	\$ 31.502.105	\$ 84.422.904	\$ 97.150.435	\$ 115.231.130	\$ 138.657.734
+INGRESOS		\$ 435.274.560	\$ 446.881.882	\$ 458.489.203	\$ 470.096.525	\$ 481.703.846
Operacionales		\$ 435.274.560	\$ 446.881.882	\$ 458.489.203	\$ 470.096.525	\$ 481.703.846
Ingresos no operacionales		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
- EGRESOS		-\$ 376.430.357	-\$ 428.230.947	-\$ 434.485.103	-\$ 440.746.517	-\$ 447.016.494
Materiales		\$ 119.063.520	\$ 122.238.547	\$ 125.413.574	\$ 128.588.602	\$ 131.763.629
MOD		\$ 137.935.449	\$ 137.935.449	\$ 137.935.449	\$ 137.935.449	\$ 137.935.449
CIF		\$ 68.864.600	\$ 70.126.360	\$ 71.388.120	\$ 72.649.880	\$ 73.911.640

Nómina administrativa		\$ 26.834.294	\$ 26.834.294	\$ 26.834.294	\$ 26.834.294	\$ 26.834.294
Gastos generales		\$ 30.332.896	\$ 30.332.896	\$ 30.332.896	\$ 30.332.896	\$ 30.332.896
Menos depreciaciones		-\$ 5.403.500	-\$ 5.403.500	-\$ 5.403.500	-\$ 5.403.500	-\$ 5.403.500
Menos amortizaciones		-\$ 2.938.000	-\$ 2.938.000	-\$ 2.938.000	-\$ 2.938.000	-\$ 2.938.000
Impuesto de renta		\$ 0	\$ 3.789.918	\$ 4.400.125	\$ 5.017.590	\$ 5.643.619
Impuesto de Ind y Cio		\$ 0	\$ 43.527.456	\$ 44.688.188	\$ 45.848.920	\$ 47.009.652
4 x 1000		\$ 1.741.098	\$ 1.787.528	\$ 1.833.957	\$ 1.880.386	\$ 1.926.815
<b>FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE OPERACIÓN</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 58.844.203</b>	<b>\$ 18.650.935</b>	<b>\$ 24.004.100</b>	<b>\$ 29.350.008</b>	<b>\$ 34.687.352</b>
Flujos efectivo actividades inversión						
+INGRESOS	\$ 57.311.605	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 4.001.000
Capital social	\$ 57.311.605					
Valor de salvamento						\$ 4.001.000
-EGRESOS	-\$ 45.809.500	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Compra de Equipo de oficina	\$ 6.071.500					
Compra de Equipo de computación y comunicación	\$ 3.720.000					
Compra de Maquinaria y equipo	\$ 15.450.000					
Compra de Terreno	\$ 0					
Compra de Construcciones y edificaciones	\$ 0					
Compra de Muebles y enseres	\$ 3.528.000					
Compra de Materiales, repuestos y accesorios	\$ 2.350.000					
Compra de Inventario de materia prima	\$ 0					
Inversión activos diferidos	\$ 14.690.000					

<b>FLUJOS NETOS DE EFECTIVO ACTIVIDADES INVERSIÓN</b>	<b>\$ 11.502.105</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 4.001.000</b>
Flujos de efectivo de actividad de financiación						
+INGRESOS	\$ 20.000.000					
Préstamo bancario	\$ 20.000.000					
-EGRESOS		-\$ 5.923.404	-\$ 5.923.404	-\$ 5.923.404	-\$ 5.923.404	-\$ 5.923.404
Abono a capital		\$ 2.794.670	\$ 3.298.162	\$ 3.892.363	\$ 4.593.617	\$ 5.421.210
Gastos financieros		\$ 3.128.734	\$ 2.625.242	\$ 2.031.041	\$ 1.329.787	\$ 502.194
<b>FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE FINANCIACIÓN</b>	<b>\$ 20.000.000</b>	<b>-\$ 5.923.404</b>	<b>-\$ 5.923.404</b>	<b>-\$ 5.923.404</b>	<b>-\$ 5.923.404</b>	<b>-\$ 5.923.404</b>
<b>FLUJO DE EFECTIVO NETO (AUMENTO O DISMINUCIÓN)</b>	<b>\$ 31.502.105</b>	<b>\$ 52.920.799</b>	<b>\$ 12.727.531</b>	<b>\$ 18.080.696</b>	<b>\$ 23.426.604</b>	<b>\$ 32.764.948</b>

### 5.7.3 Estado de Situación Financiera inicial y proyectado

A continuación, se presenta la información detallada de la situación financiera del restaurante, presentando activos, pasivos y patrimonio para los años del 0 al 5, en los activos se incluyen los activos: corrientes, como bancos y fondos de caja, activos fijos, como equipos de oficina y maquinaria. También se presentan los activos diferidos, como gastos pre-operativos y su respectiva amortización acumulada.

En cuando a los pasivos, se incluyen las obligaciones financieras de corto y Y largo plazo, impuestos de renta e industria y comercio. Por último, se presenta el patrimonio total de la empresa, incluyendo el capital social, las reservas acumuladas y las utilidades del ejercicio.

Cuadro 64.Estado de Situación Financiera inicial y proyectado.

CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO</b>						
ACTIVOS CORRIENTES						

Fondos en caja						
Fondos en bancos	\$ 31.502.105	\$ 84.422.904	\$ 97.150.435	\$ 115.231.130	\$ 138.657.734	\$ 167.421.683
Mercancías no fabricadas por la empresa	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 31.502.105	\$ 84.422.904	\$ 97.150.435	\$ 115.231.130	\$ 138.657.734	\$ 167.421.683
ACTIVOS FIJOS						
Equipo de oficina	\$ 6.071.500	\$ 6.071.500	\$ 6.071.500	\$ 6.071.500	\$ 6.071.500	\$ 6.071.500
Equipo de computación y comunicación	\$ 3.720.000	\$ 3.720.000	\$ 3.720.000	\$ 3.720.000	\$ 3.720.000	\$ 3.720.000
Maquinaria y equipo	\$ 15.450.000	\$ 15.450.000	\$ 15.450.000	\$ 15.450.000	\$ 15.450.000	\$ 15.450.000
Terreno	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Construcciones y edificaciones	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Muebles y enseres	\$ 3.528.000	\$ 3.528.000	\$ 3.528.000	\$ 3.528.000	\$ 3.528.000	\$ 3.528.000
Materiales, repuestos y accesorios	\$ 2.350.000	\$ 2.350.000	\$ 2.350.000	\$ 2.350.000	\$ 2.350.000	\$ 2.350.000
Menos depreciación acumulada	\$ 0	-\$ 5.403.500	-\$ 10.807.000	-\$ 16.210.500	-\$ 21.614.000	-\$ 27.017.500
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 31.119.500	\$ 25.716.000	\$ 20.312.500	\$ 14.909.000	\$ 9.505.500	\$ 4.102.000
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 14.690.000	\$ 14.690.000	\$ 14.690.000	\$ 14.690.000	\$ 14.690.000	\$ 14.690.000
Menos amortización acumulada	\$ 0	-\$ 2.938.000	-\$ 5.876.000	-\$ 8.814.000	-\$ 11.752.000	-\$ 14.690.000
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 14.690.000	\$ 11.752.000	\$ 8.814.000	\$ 5.876.000	\$ 2.938.000	\$ 0
ACTIVOS TOTALES	\$ 77.311.605	\$ 121.890.904	\$ 126.276.935	\$ 136.016.130	\$ 151.101.234	\$ 171.523.683
<b>PASIVO</b>						
PASIVOS CORRIENTES						
Obligaciones financieras corto plazo	\$ 2.794.670	\$ 3.298.162	\$ 3.892.363	\$ 4.593.617	\$ 5.421.210	\$ 0
Impuesto de renta y complementarios	\$ 0	\$ 3.789.918	\$ 4.400.125	\$ 5.017.590	\$ 5.643.619	\$ 6.279.754
Impuesto de Industria y Comercio	\$ 0	\$ 43.527.456	\$ 44.688.188	\$ 45.848.920	\$ 47.009.652	\$ 48.170.385
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ 2.794.670	\$ 50.615.536	\$ 52.980.676	\$ 55.460.127	\$ 58.074.481	\$ 54.450.139
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones financieras largo plazo	\$ 17.205.330	\$ 13.907.168	\$ 10.014.805	\$ 5.421.188	\$ 0	\$ 0

TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	\$ 17.205.330	\$ 13.907.168	\$ 10.014.805	\$ 5.421.188	\$ 0	\$ 0
PASIVOS TOTALES	\$ 20.000.000	\$ 64.522.704	\$ 62.995.481	\$ 60.881.315	\$ 58.074.481	\$ 54.450.139
PATRIMONIO						
Capital social	\$ 57.311.605	\$ 57.311.605	\$ 57.311.605	\$ 57.311.605	\$ 57.311.605	\$ 57.311.605
Reserva legal acumulada	\$ 0	\$ 5.660	\$ 596.985	\$ 1.782.321	\$ 3.571.517	\$ 5.976.196
Utilidad del ejercicio	\$ 0	\$ 50.936	\$ 5.321.927	\$ 10.668.026	\$ 16.102.764	\$ 21.642.111
Utilidades o excedentes acumulados	\$ 0	\$ 0	\$ 50.936	\$ 5.372.863	\$ 16.040.889	\$ 32.143.653
PATRIMONIO TOTAL	\$ 57.311.605	\$ 57.368.200	\$ 63.281.453	\$ 75.134.815	\$ 93.026.775	\$ 117.073.566
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO						
	\$ 77.311.605	\$ 121.890.904	\$ 126.276.935	\$ 136.016.130	\$ 151.101.256	\$ 171.523.705

## 5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

### 5.8.1 Razones financieras.

Para este punto se evaluarán las diferentes razones financieras. Existen cuatro tipos básicos de razones financieras: Liquidez, Solvencia, Endeudamiento y Rentabilidad que pueden ser utilizadas por los gerentes, inversionistas y acreedores de una empresa.

#### 5.8.1.1 Razones de liquidez.

Se presenta la información donde muestra las razones de liquidez de la empresa para los años 1 a 5. La razón corriente, la cual mide la capacidad de la empresa para pagar sus obligaciones a corto plazo, ha ido aumentando a través de los años. Por otro lado, la prueba acida, que mide la capacidad de la empresa para pagar sus obligaciones en corto plazo de tiempo sin tener en cuenta los inventarios, ha ido aumentando a través de los años.

Cuadro 65. Razón de liquidez.

RAZONES DE LIQUIDEZ	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razon corriente	activo corriente /	No veces	1,67	1,83	2,08	2,39	3,07

	pasivo corriente						
Prueba acida**	activo corriente - inventarios / pasivo corriente	No veces	1,67	1,83	2,08	2,39	3,07
Capital de trabajo neto	activo corriente - pasivo corriente	unidades \$\$	\$ 33.807.368	\$ 44.169.758	\$ 59.771.003	\$ 80.583.253	\$ 112.971.544

### 5.8.1.2 Razones de operación.

Se presenta la información donde muestra las razones de operación de la empresa para los años 1 a 5. La rotación de activo corriente, que mide la eficiencia de la empresa en la gestión de sus activos corrientes, ha disminuido en los años 4 y 5.

Por otro lado, la rotación de activo fijo, que mide la eficiencia de la empresa en la gestión de sus activos fijos netos, ha aumentado significativamente durante los primeros cuatro años y ha experimentado un gran aumento en el año 5.

Cuadro 66. Razón 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	5,16	4,60	3,98	3,39	2,88
Rotacion activo fijo	ventas / activo fijo neto	No veces	16,93	22,00	30,75	49,46	117,43
Rotacion activo total	ventas / activo total	No veces	3,57	3,54	3,37	3,11	2,81

### 5.8.1.3 Razones de rentabilidad.

Se presenta la información donde el margen bruto de utilidad, el cual mide la rentabilidad de la empresa antes de gastos generales y administrativos, se ha mantenido estable en torno al 28,67% durante los cinco años.

Por otro lado, el margen de utilidad neta, que mide la rentabilidad de la empresa después de deducir todos los gastos, ha mejorado significativamente durante los primeros cuatro años y ha experimentado un gran aumento en el año 5.

Cuadro 67.Razón de rentabilidad.

RAZONES RENTABILIDAD	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Margen bruto utilidad	utilidad bruta/ ventas	%	25,14%	26,09%	26,99%	27,85%	28,67%
Margen utilidad neta	utilidad neta/ventas	%	0,01%	1,32%	2,59%	3,81%	4,99%
Rendimiento activos	utilidad neta/ activos totales	%	0,05%	4,68%	8,71%	11,84%	14,02%

#### 5.8.1.4 Razones de endeudamiento.

Se presenta la información donde el endeudamiento total medido por el nivel de endeudamiento de la empresa en relación con sus activos totales, ha disminuido significativamente durante los cinco años, lo que indica que la empresa ha reducido su nivel de endeudamiento.

Cuadro 68.Razón 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	%	52,9 3%	49,89 %	44,76 %	38,43 %	31,74 %
Cobertura intereses	utilidad operacional / intereses	No veces	16,7 0	22,63	32,78	55,46	161,14
Índice participacion patrimonial	patrimonio / activo total	%	47,0 7%	50,11 %	55,24 %	61,57 %	68,26 %

#### 5.8.2 Indicadores de viabilidad.

Se presenta la siguiente información donde muestra diferentes tasas de interés y porcentajes que son relevantes para el análisis financiero de la empresa: La prima de riesgo al riesgo es del 1%, lo que indica que se ha considerado el riesgo en la tasa de interés. La inflación es del 9,28%, lo que indica el aumento general de los precios en la economía, este porcentaje se ha escogido teniendo en cuenta el cierre de inflación diciembre 2023.

Se presenta la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) para los recursos propios es del 10,37% mientras que para los recursos de crédito es del 18,02%. La tasa mínima

aceptable de rendimiento del banco es de 28,97%, tasas importantes para determinar la viabilidad de inversión del proyecto y definir su rentabilidad en relación al costo de financiamiento.

Se evidencia el porcentaje de recursos propios del 74,13%, mientras que el porcentaje de aportación del banco es de 25,87%, porcentajes muy importantes para determinar la estructura de recursos de financiamiento del proyecto. En el final, la TMAR mixta es del 15,18% mientras que la TMAR mixta deflactada es del 6,69%. Estas tasas significativas son importantes para determinar la tasa de descuento que se debe aplicar a los flujos de efectivo futuros en el análisis de proyectos de inversión.

Prima de riesgo al riesgo	1%
Inflación	9%
<b>TMAR recursos propios</b>	<b>10,37%</b>
Recursos crédito	18,02%
<b>TMAR Banco</b>	<b>28,97%</b>
Porcentaje aportación recursos propios	74,13%
Porcentaje aportación Banco	25,87%
<b>TMAR MIXTA</b>	<b>15,18%</b>
<b>TMAR MIXTA DEFLACTADA</b>	<b>6,69%</b>

Cuadro 69. Flujo efectivo neto y VNA.

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-\$ 57.311.605	\$ 52.920.799	\$ 12.727.531	\$ 18.080.696	\$ 23.426.604	\$ 32.764.948
VNA	-\$ 57.311.605	\$ 45.944.866	\$ 9.593.241	\$ 11.831.694	\$ 13.309.193	\$ 16.160.785
<b>VALOR RECUPERADO</b>		<b>\$ 45.944.866</b>	<b>\$ 55.538.106</b>	<b>\$ 67.369.800</b>	<b>\$ 80.678.993</b>	<b>\$ 96.839.779</b>

En la información presentada se evidencia el Valor Actual Neto (VNA) es negativo en el año 0, lo que indica que el proyecto no es rentable en su estado actual, sin embargo, el VNA se vuelve positivo para los años siguientes hasta el 5, objeto de proyección, lo que indica que el proyecto se vuelve rentable después del primer año.

El valor recuperado, que mide la cantidad total de efectivo que se espera obtener del proyecto, aumenta gradualmente durante los años 1 a 4 y experimenta un gran aumento en el año 5.

En general, estos resultados indican que el proyecto de es factible y a su vez rentable a largo plazo y que puede generar un valor significativo para la empresa si se mantiene a largo plazo.

#### **5.8.2.1 Tasa Interna Retorno (TIR).**

Con la información presentada, se evidencia que la tasa interna de retorno (TIR) es del 68,39%, lo que indica que el proyecto tiene una tasa de rendimiento buena en relación al costo de financiamiento.

Se podría decir que el proyecto puede generar un retorno suficiente para cubrir el costo de financiamiento y proporcionar una ganancia adicional al proyecto.

La TIR es una fórmula de medida de referencia del tipo de interés mínimo que debe dar una determinada inversión para ser rentable.

**TIR 47,08%**

#### **5.8.2.2 Valor Presente Neto (VPN).**

Se evidencia que el Valor Presente Neto (VPN) es de \$ 60.139.648 lo que indica que el proyecto tiene un valor actual positivo en relación al costo de financiamiento.

**VPN \$ 60.139.648**

#### **5.8.2.3 Período de recuperación.**

El periodo de recuperación de la inversión (PRI) se refiere al tiempo que le toma a un negocio recuperar el capital invertido inicialmente, en el proyecto podemos evidenciar que el periodo de recuperación desde el año 1 al 5, teniendo en cuenta que el año 0 nos arrojó negativo es de:

Con una inversión inicial de: **-\$ 57.311.605**

Cuadro 70.Período de recuperación.

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>\$ 45.944.866</b>	<b>\$ 55.538.106</b>	<b>\$ 67.369.800</b>	<b>\$ 80.678.993</b>	<b>\$ 96.839.779</b>

Teniendo en cuenta para conocer en qué momento de recuperación, tomamos la inversión inicial de \$ 57.311.605 y se debe sumar el flujo de efectivo neto por período hasta que se alcance o supere la inversión inicial. En este caso, el período de recuperación sucede en el año 3.

#### 5.8.2.4 Punto de equilibrio.

En este punto del estudio del proyecto se evalúa el punto de equilibrio donde los valores fundamentales para ello son los costos fijos, costos variables, costos totales, ingresos totales, precio unitario, costo variable unitario, ventas totales, número de días del año y la capacidad utilizada en el primer año.

El precio unitario y el costo variable unitario son importantes para determinar la margen de beneficio por unidad vendida. Las ventas totales y la capacidad utilizada son importantes para evaluar el desempeño del proyecto o negocio en relación con sus objetivos de ventas y capacidad.

Cuadro 71. Análisis de costos y ventas.

CF: costos fijos	\$ 78.715.790
CV: costo variable	\$ 304.314.969
CT: costos totales	\$ 383.030.759
IT: ingreso total	\$ 435.274.560
Pu: precio unitario	\$ 33.586
CVu: costo variable unitario	\$ 23.481
VT: ventas totales	\$ 435.274.560
N: número días año	306
Capacidad utilizada año 1	12.960

En el cuadro 72. se muestra el punto de equilibrio, que es el nivel de ventas o producción en el que los ingresos son iguales a los costos. En otras palabras, es el punto en el que el proyecto no genera ganancias ni pérdidas.

La primera fórmula para calcular el punto de equilibrio se basa en la capacidad instalada del proyecto. En este caso, el punto de equilibrio se calcula dividiendo los costos fijos por la diferencia entre los ingresos totales y los costos variables, y se expresa como un

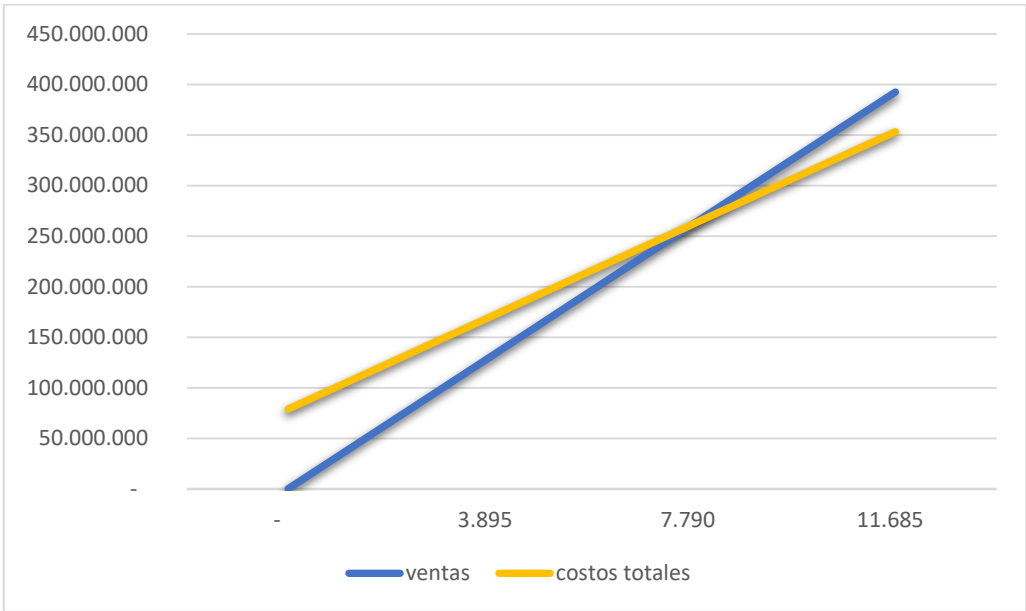
porcentaje de la capacidad instalada. El resultado muestra que el punto de equilibrio se alcanza cuando se utiliza alrededor del 60,11% de la capacidad instalada.

Cuadro 72.Cálculo del punto de equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO	FÓRMULA	RESULTADO
En función de la capacidad instalada (%)	$PE = CF/(IT-CV)$	<b>60,11%</b>
En función de cantidades producidas (Q)	$PE = CF/(Pu-CVu)$	<b>7.790</b>
En función de volumen de ventas (\$)	$PE^* = CF / 1 - CV/IT$	<b>\$ 261.630.175</b>
En función del número de días año	$PE = PE^* / ( VT/N)$	<b>184</b>

El punto de equilibrio de este proyecto se halló en función de cantidades producidas (Q), lo que quiere decir que se deben vender 7.790 platos para lograr el punto donde no hay ganancias y tampoco pérdidas para el proyecto.

Cuadro 73.Punto de equilibrio



**5.9 TAMAÑO DEL PROYECTO**

La empresa se clasifica en el sector de servicios y es de tamaño micro ya que las ventas no superarán los hasta 1.131 millones y cuenta con 5 colaboradores y según la clasificación anterior las microempresas no superaban los 10 empleados.

**Microempresa:** Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean

inferiores o iguales a treinta y dos mil novecientos ochenta y ocho de Valor Tributario (32.988 UVT).<sup>67</sup>

---

<sup>67</sup> Ministerio de comercio, industria y turismo, Decreto 957 de 2019 [Consultado: 26 de abril de 2024] [EN LÍNEA] Disponible en: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/555adb9d-8a48-45f3-a2a5-1ee9b35b2d09/Decreto-957-Por-el-cual-se-adiciona-el-capitulo-13.aspx>

## 6. CONCLUSIONES

Fusión Perú, es un proyecto atractivo al público, el cual cuenta con los recursos técnicos, humanos y materias primas para dar sus primeros pasos en el mercado. Se contará con el mejor talento y excelente servicio innovador para atender a toda la comunidad en general de la ciudad de Bucaramanga.

Un exhaustivo análisis de mercado reveló que la gastronomía nacional e internacional goza de gran aceptación entre nuestro público objetivo. Platos emblemáticos como el ceviche y el chaufa, de las líneas de productos de mariscos y arroces respectivamente, fusionan sabores tradicionales mezclando sus ingredientes tanto del Perú como de Colombia, como es el maíz, mango y la tilapia, elementos que aportan valor a nuestros clientes, tales como la calidad superior de los ingredientes, la rapidez en la entrega, un servicio excepcional y una presentación impecable.

El estudio de mercado también identificó nuestro público objetivo: personas de 18 a 65 años de todos los estratos sociales de la ciudad de Bucaramanga. A partir de este análisis, se estableció una demanda estimada total de 8.901.901 servicios al año, así como la demanda efectiva. Con esta información, se proyectó la demanda para los próximos 5 años, tomando en cuenta la capacidad real de nuestro restaurante.

El estudio técnico del proyecto identificó los recursos clave para su desarrollo, tales como materia prima, talento humano, insumos e infraestructura. Usando la metodología de asignación de puntos por factor, se evaluaron distintas ubicaciones para el emprendimiento, seleccionándose finalmente la Cra. 27 #48-97 como la opción con mayor potencial.

En este estudio también aborda aspectos relevantes como el programa de seguridad y salud en el trabajo y el programa de impacto ambiental, demostrando el compromiso del emprendimiento con el cumplimiento de la normativa vigente y con los lineamientos de desarrollo e impacto social.

En el estudio administrativo, se optó por la Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S) como tipo de constitución legal para la empresa, detallando las características y beneficios que fundamentaron esta decisión. Además, se formuló la misión, visión,

valores corporativos, organigrama y asignación salarial, estableciendo así las bases para la organización y gestión administrativa de la empresa.

Finalizando en el estudio financiero, se pudo indicar el precio de un plato en Fusión Perú oscila entre \$36.000 a \$40.000 pesos, es decir, que está en un rango de precio moderado para el público y encaja entre los valores de la competencia.

Para el futuro montaje y puesta en marcha del restaurante, se requiere de una inversión total de \$77.311.605, de los cuales el 74,13% serán de recursos propios y nuevos socios, contando solo con el 25,87% de productos financieros.

Los indicadores de viabilidad determinan que la TIR es de 47,08%, el VPN es de \$ 60.139.648 y para lograr el punto de equilibrio se necesitan vender 7.790 platos al año, lo cual está en un rango aceptable de venta.

Se concluye que el proyecto es viable dado que al precisar y comprobar que hay un mercado potencial insatisfecho interesado en conocer y consumir de los productos que el proyecto propone y adicional que a través de los exhaustivos diferentes estudios realizados se logró establecer que el retorno de la inversión sería en el tercer año, lo que es un proyecto atractivo como inversión y proyecto de vida a desarrollar.

## **7. RECOMENDACIONES**

Al ser un proyecto de inicio se recomienda realizar alianzas con distintos operadores de domicilios con el fin de tener más visibilidad en el mercado y entregas rápidas con disminución de tiempo entre entregas.

Se recomienda capacitación constante en aplicativos móviles, dado que el proyecto está enfocado en entregas a domicilio y servicio virtual, la capacitación constante en dichas tecnologías generará el éxito deseado en el proyecto.

Se indica diseñar e implementar una estrategia en publicidad y marketing digital, con el fin de poder abarcar en todas las redes la atención del consumidor y generar con ello experiencias de voz a voz, donde el restaurante gane fama positiva y se logre posicionarse en uno de los mejores de este estilo.

## BIBLIOGRAFÍA

Anónimo, miércoles, 27 de marzo de 2024, [Consultado: 05 de mayo 2024] [EN LÍNEA] Disponible en: <https://www.ritmoromantica.pe/noticias/actualidad/estos-son-los-4-platos-peruanos-que-destacan-en-la-gastronomia-mundial-segun-taste-atlas-lima/>

Bucaramanga, información general (anónimo) [Consulta: 15 de octubre 2023]. [EN LÍNEA] Disponible en: <https://www.colombiamania.com/ciudades/bucaramanga.html>

Bucaramanga, historia [En línea] Bucaramanga, (Colombia) [Consulta: 15 de agosto 2023].: Información Tomada del portal de la Alcaldía de Bucaramanga, Disponible en: <https://www.amb.gov.co/bucaramanga/>

CÁCERES TRISTANCHO, Horacio, Sector Restaurantes Área Metropolitana de Bucaramanga Julio de 2019 Bucaramanga, Colombia [Consulta: 08 de octubre 2023]. (En línea:) Disponible en: [https://www.camaradirecta.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad/2019/restaurantes\\_2018.pdf](https://www.camaradirecta.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad/2019/restaurantes_2018.pdf)

CEBALLOS SUAREZ, Juliana, FORERO VELASCO Gustavo, MARTÍNEZ RICAURTE Ivonne, Propuesta para creación de restaurante bajo un modelo de negocio de cocinas ocultas, 18 de marzo de 2022, (Bogotá,), Universidad Piloto De Colombia, [Consultado: 23 de octubre de 2023] [EN LÍNEA] Disponible en: <http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/11497>

CISTERNINO Alessia. Gusto por lo exótico Guía MICHELIN, 22 de julio de 2019. [En línea] [Consulta: 25 de abril 2023] Disponible en: <https://guide.michelin.com/es/es/articulo/features/gusto-por-lo-exotico>

Cocina de fusión, (Anónimo), Guía MICHELIN (07 de julio de 2022) [Consultado: 23 de octubre de 2023] [EN LÍNEA] Disponible en: <https://guide.michelin.com/es/es/articulo/dining-out/cocina-de-fusion>

Compite 360° ADN Métrica [Consulta: 19 de diciembre 2023]. (En línea) Disponible en: <https://www.compite360.com/sitio/CIAdnMetrica/>

CONTRERAS G; FRANCO A.; GUERRA G.; LÓPEZ J. Selección de documentos para la formulación de proyectos, 1985 [En línea] Bogotá, Colombia [Consulta: 30 de septiembre 2023]. Disponible en: [https://www.google.com.co/books/edition/Seleccion\\_de\\_Documentos\\_para\\_la\\_Formula\\_c/\\_Pli1RjKNoMC?hl=es-419&gbpv=1](https://www.google.com.co/books/edition/Seleccion_de_Documentos_para_la_Formula_c/_Pli1RjKNoMC?hl=es-419&gbpv=1)

Cuántos habitantes tenía Bucaramanga, Santander en 2018 (anónimo) [Consulta: 10 de octubre 2023]. (En línea:) Disponible en: <https://telencuestas.com/censos-de-poblacion/colombia/2018/santander/bucaramanga>

CHÁVEZ, José, Materia prima: Qué es, tipos y características [Consultado: 23 de octubre de 2023] [EN LÍNEA] Disponible en: <https://www.ceupe.com/blog/materia-prima.html>

Decreto 3075 de 1997, [Consultado: 24 de octubre de 2023] [EN LÍNEA] Disponible en: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=3337>

Dian-Rut tramites y consultas, código 1084: (Colombia) [Consulta: 30 de septiembre 2023]. (En línea) Disponible en: <https://dian-rut.com/codigo-ciiu/1084/>

DIAZ, Paula, Tendencias gastronómicas para el 2023: ¿Qué le espera al sector Horeca? 04 de mayo de 2023, [Consulta: 04 de octubre 2023]. [EN LÍNEA] Disponible en: <https://www.revistalabarra.com/es/noticias/tendencias-gastronomicas-para-el-2023-que-le-espera-al-sector-horeca>

DÍAZ, Paula, ¿Cómo crear una cocina oculta exitosa? Para: REVISTA LA BARRA, 23 de febrero de 2023, [Consulta: 23 de octubre 2023]. [EN LÍNEA] Disponible en: <https://www.revistalabarra.com/es/noticias/como-crear-una-cocina-oculta-exitosa>

Evaluación de la Gastronomía Colombiana como factor potencial de turismo, Fondo de promoción turística en Colombia [Consulta: 26 de diciembre 2023]. (En línea) Disponible en: [https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-12/EVALUACION\\_DE\\_LA\\_GASTRONOMIA\\_COLOMBIANA\\_PARTE\\_2.PDF](https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-12/EVALUACION_DE_LA_GASTRONOMIA_COLOMBIANA_PARTE_2.PDF)

FONSECA, Natalia, LUNA, J. (febrero de 2017). Significados sociales y culturales que orientan el consumo hedónico de alimentos en restaurantes tipo gourmet en ejecutivos entre los 25 y 55 años en la ciudad de Bogotá. (Colombia) [Consulta: 03 de octubre 2023]. (En línea) Disponible: en: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/2470/Martinezfonsecanathalia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

GARCÍA AYALA, María. La gastronomía y su cuarto de hora. Bucaramanga (Colombia) [Consulta: 25 de abril 2023]: Vanguardia Liberal, 20 de julio de 2018 [En línea]. Disponible en: <https://www.vanguardia.com/economia/500-empresas-generadoras/la-gastronomia-y-su-cuarto-de-hora-JEVL439440>

Gastronomía Autor: Equipo editorial, Etecé. 2 de junio de 2022 [Consultado: 04 de octubre de 2023] [En línea]: Disponible en: <https://concepto.de/gastronomia/#ixzz8FDgo9LpB>

"Gastronomía". Autor: Equipo editorial, Etecé. (Argentina) Concepto de (2 de junio de 2022) [Consultado: 23 de octubre de 2023] [EN LÍNEA] Disponible en: <https://concepto.de/gastronomia/#ixzz8H0t2HbyN>

RUS, Enrique y COLL, Francisco, Investigación. (1 de marzo de 2021) [Consultado: 23 de octubre de 2023] [EN LÍNEA] Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion.html>

GUERRA V, Yosvanys La evolución de la gastronomía un viaje a través del tiempo 01 de agosto de 2023, [Consulta: 04 de octubre 2023]. [EN LÍNEA] Disponible en: [https://gestiongastronomia.com/la-evolucion-de-la-gastronomia-un-viaje-a-traves-del-tiempo#La Evolucion de la Gastronomía Un Viaje a Traves del Tiempo](https://gestiongastronomia.com/la-evolucion-de-la-gastronomia-un-viaje-a-traves-del-tiempo#La_Evolucion_de_la_Gastronomia_Un_Viaje_a_Traves_del_Tiempo)

HERNÁNDEZ HEREDIA, C., TAMAYO SALCEDO, AL, CASTRO RICALDE, D, MUÑOZ MUÑOZ, L. (2016). Tendencias gastronómicas predominan en la producción de revistas científicas de Iberoamérica. CIENCIA ergo-sum, Revista Científica Multidisciplinaria de Prospectiva, 23 (1),76-84. [fecha de Consulta 23 de octubre de 2023]. ISSN: 1405-0269. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10444319009>

Industria de restaurantes: descripción general, tipos, ejemplos y más Anónimo [Consulta: 03 de octubre 2023]. (En línea) Disponible en: <https://www.revfine.com/es/restaurante-industria/>

Industria de restaurantes en América Latina, Aaron Allen & Associates: Asesores de empresas líderes en la industria de restaurantes. (2021) [Consulta: 10 de octubre 2023]. (En línea) Disponible en: <https://aaronallen.com/blog/industria-de-restaurantes-america-latina>

La Cámara del Sector Gastronómico de la ANDI manifiesta su preocupación por los impactos negativos que el Proyecto de Reforma Laboral representaría para este sector (20 de abril de 2023), (Bogotá, Colombia) [Consultado: 04 de octubre de 2023] [En línea]: Disponible en: <https://www.andi.com.co/Home/Noticia/17428-la-camara-del-sector-gastronomico-de->

[la#:~:text=El%20sector%20de%20alojamiento%20y,con%20casi%201.500.000%20emp  
leos](#)

La radiografía del mercado de comidas rápidas en COLOMBIA (Anónimo). Revista semana 14 de diciembre de 2016) [Consulta: 25 de abril 2023] [En línea] Disponible en: <https://www.semana.com/edicion-impres/negocios/articulo/como-es-el-mercado-de-comida-rapida-en-colombia/240021/>

LORDUY, Johanna, Sector gastronómico en Colombia se encuentra en 'modo supervivencia REVISTA PORTAFOLIO' (18 de enero de 2023) Consulta: 10 de octubre 2023]. (En línea) Disponible en: <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/sector-gastronomico-en-colombia-se-encuentra-en-modo-supervivencia-577030>

MARTINS, Julia, Cómo aplicar un estudio de viabilidad en la gestión de proyectos, (27 de junio de 2023), [Consulta: 10 de octubre 2023]. Disponible en: <https://asana.com/es/resources/feasibility-study>

MESQUITA, Renato ¿Qué es Marketing? Una guía completa del concepto, tipos, objetivos y estrategias (23 de julio de 2018) [Consultado: 23 de octubre de 2023] [EN LÍNEA] Disponible en: <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>

MÉNDEZ, David, Factibilidad Para La Creación De Un Restaurante De Comida Rápida Bajo El Concepto Dark Kitchen En La Ciudad De Bucaramanga, (2022), Universidad Industrial de Santander, [Consultado: 23 de octubre de 2023] [EN LÍNEA] Disponible en: <https://noesis.uis.edu.co/server/api/core/bitstreams/d2131900-23c0-412d-9887-4cd06aceedd3/content>

Ministerio de comercio, industria y turismo, Decreto 957 de 2019 [Consultado: 26 de abril de 2024] [EN LÍNEA] Disponible en: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/555adb9d->

8a48-45f3-a2a5-1ee9b35b2d09/Decreto-957-Por-el-cual-se-adiciona-el-capitulo-13.aspx

MORALES AREVALO, Natalia. La pandemia y las cuarentenas dispararon el uso de las cocinas ocultas y sus domicilios, La republica.co 14 de abril de 2021 Bogotá (Colombia) [Consulta: 30 de septiembre 2023]. [EN LÍNEA] Disponible en: <https://www.larepublica.co/empresas/la-pandemia-disparo-el-uso-de-cocinas-ocultas-espacios-especializados-en-domicilios-3152939>

Observatorio Metropolitano de Bucaramanga, indicadores edad y genero <http://www.observatoriometropolitano.com.co:8080/Indicador/Index/7>

PEÑA CASTAÑEDA, Camilo, Turismo en Colombia: Las razones que explican su 'sólida recuperación, (01 de julio del 2023) (Bogotá, Colombia) [Consultado: 04 de octubre de 2023] [En línea]: Disponible en: [https://www.eltiempo.com/vida/viajar/turismo-en-colombia-las-razones-que-explican-su-solida-recuperacion-782491#:~:text=Culminado%20el%20primer%20semestre%20de,2019%20\(7%2C8%20billones%20de](https://www.eltiempo.com/vida/viajar/turismo-en-colombia-las-razones-que-explican-su-solida-recuperacion-782491#:~:text=Culminado%20el%20primer%20semestre%20de,2019%20(7%2C8%20billones%20de)

PÉREZ, ANA, Estudio financiero: en qué consiste y cómo llevarlo a cabo, (23 de abril de 2021) [Consulta: 10 de octubre 2023]. Disponible en: <https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-que-consiste-y-como-llevarlo-cabo>

PÉREZ, Julián, GARDEY, Ana, Departamento - Qué es, ventajas, definición y concepto. (11 de octubre de 2021) [Consultado: 23 de octubre de 2023] [EN LÍNEA] Disponible en <https://definicion.de/departamento/>

Perfiles Económicos Departamentales, Departamento de Santander Oficina de Estudios Económicos septiembre 2023 [Consulta: 10 de octubre 2023]. (En línea:) Disponible en:

<https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=14bd43fc-7060-410d-972f-08cad3925963>

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. FUNCIÓN PÚBLICA. [Sitio Web]. Colombia. Bogotá. [Consulta: 28 de octubre de 2023]. Disponible en: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=53646>

¿Qué es la planeación? Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, [Consultado: 23 de octubre de 2023] [EN LÍNEA] Disponible en: <https://archivo.minambiente.gov.co/index.php/temas-planeacion-y-seguimiento/47-tema-inicial>

Real academia española, Economía, (actualizado 2023,) [Consultado: 23 de octubre de 2023] [EN LÍNEA] Disponible en: <https://dle.rae.es/econom%C3%ADa>

Resolución 765 de 2010 Secretaría Distrital de Salud [Consultado: 24 de octubre de 2023] [EN LÍNEA] Disponible en: <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?dt=S&i=40508>

RODRÍGUEZ ACEVEDO Dora, Proyecto ii plan de negocios y de factibilidad para la creación de un restaurante de comida fusión en la ciudad de Bucaramanga, 2009, Universidad autónoma de Bucaramanga, [Consulta: 04 de octubre 2023]. [EN LÍNEA] Disponible en: <http://hdl.handle.net/20.500.12749/13968>

RODRÍGUEZ, Dangeolo. Definición de Estrategia. (7 de agosto de 2023). [Consultado el 25 de septiembre de 2023] [EN LÍNEA] Disponible en <https://conceptodefinicion.de/estrategia/>

RODRIGUEZ, Max. Los restaurantes peruanos y su crecimiento en Colombia) [Consulta: 25 de abril 2023] [En línea]. Revista semana, 13 de julio de 2017. Disponible en:

<https://www.semana.com/contenidos-editoriales/especiales-regionales-peru/articulo/la-gastronomia-peruana-en-colombia/532431/>

SÁNCHEZ, Sheila, ¿Qué son las 'dark kitchens' y cómo revolucionarán la industria del consumo? (Julio 20 de 2020) [Consultado: 26 de octubre de 2023] [EN LÍNEA] Disponible en: <https://www.forbes.com.mx/que-son-las-dark-kitchens-y-como-revolucionaran-la-industria-del-consumo/>

SEVILLA, Andrés, LÓPEZ José (1 de marzo de 2020) [Consultado: 23 de octubre de 2023] [EN LÍNEA] Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/logistica.html>

TALAYA, Esteban Investigación de mercados. España: ESIC Editorial. (2014). [Consulta: 10 de octubre 2023]. Disponible en: [https://www.google.com.co/books/edition/Investigaci%C3%B3n\\_de\\_Mercados/dKTIAGAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1](https://www.google.com.co/books/edition/Investigaci%C3%B3n_de_Mercados/dKTIAGAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1)

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. [Sitio Web]. Colombia. Bucaramanga. [Consulta: 28 de octubre de 2023]. Disponible en: <https://www.uis.edu.co/intranet/calidad/documentos/formacion/procedimientos/PFO.04.pdf>

VEIGA DE CABO J, LA FUENTE DÍEZ E, Zimmermann Verdejo, Modelos de estudios en investigación aplicada: conceptos y criterios para el diseño. (2008) Consultado: 26 de octubre de 2023] [EN LÍNEA] Disponible en: [https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0465-546X2008000100011#:~:text=En%20los%20estudios%20descriptivos%2C%20el,en%20el%20tiempo%20se%20tratará](https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0465-546X2008000100011#:~:text=En%20los%20estudios%20descriptivos%2C%20el,en%20el%20tiempo%20se%20tratará)

VELANDIA, Lina. VELÁSQUEZ, Paola. Factores que los emprendedores tienen en cuenta al momento de abrir su negocio en el sector gastronómico. [Consulta: 25 de abril

2023] [En línea] Disponible en:  
[https://repositorio.unbosque.edu.co/bitstream/handle/20.500.12495/3604/Velandia\\_Gonz%C3%A1lez\\_Lina\\_Mar%C3%ADa\\_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unbosque.edu.co/bitstream/handle/20.500.12495/3604/Velandia_Gonz%C3%A1lez_Lina_Mar%C3%ADa_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Wok: Técnica para cocinar en wok (Anónimo) Gadgets & Cuina [Consultado: 23 de octubre de 2023] [EN LÍNEA] Disponible en:  
<https://www.gadgetsuina.com/blog/es/blogs/wok-passes-basiques-de-la-tecnica-per-cuinar-al-wok-14/>

## ANEXOS

### Anexo A. Cuestionario encuesta

1. ¿En qué rango de edad se encuentra?

18-30 años

31-55 años

56- 65 años

2. ¿Reside o labora en la ciudad de Bucaramanga?

Sí

No

Si su respuesta es NO, agradecemos su participación, pero no continúe con la encuesta.

3. ¿Con que frecuencia pide comida a domicilio en vez de asistir a un restaurante?

1 vez por semana.

Cada 2 semanas.

Cada mes.

Cada 2 meses o más.

Nunca

4. ¿Cuáles son sus plataformas favoritas para domicilios?

Rappi.

lfood.

Uber Eat.

Domicilios propios del restaurante.

Otro.

5. ¿Qué tipo de comida prefiere?

Comida rápida

Comida típica de la región

Comida internacional  
Comida vegetariana/vegana  
Otra:

**6. ¿Pide comida a domicilio para ocasiones especiales?**

Aniversario.  
Cumpleaños.  
Amor y Amistad.  
Bodas.  
No.

**7. Respecto a la comida, ¿a qué características presta mayor atención?**

Sabor  
Presentación del plato  
Alimentos frescos  
Ingredientes de alta calidad  
Otra:

**8. ¿Cuál es su restaurante favorito de comida a domicilio?**

**9. ¿Generalmente, cuánto suele pagar por un plato cuando compra comida a domicilio?**

\$10.000 a \$30.000  
\$31.000 a \$50.000  
\$51.000 a \$60.000

**10. ¿Cuál es su medio de pago preferido?**

Efectivo  
Transferencia electrónica  
Datafono

**11. ¿Por cuál de estos medios de comunicación le gustaría recibir anuncios publicitarios de Fusión Perú?**

Facebook

Instagram

Correo electrónico

WhatsApp

Otro:

**12. ¿Qué elemento toma en cuenta usted a la hora de elegir un restaurante?**

Precio.

Calidad.

Servicio.

Otro:

**13. ¿Conoce y ha consumido comida peruana?**

Sí

No

**14. ¿Conoce algún restaurante que ofrezca en su menú comida peruana en la ciudad de Bucaramanga?**

Sí

No

**15. Si su anterior respuesta fue sí, por favor indíquenos el nombre de este restaurante y que fue lo que más le gustó de este.**

**16. ¿Le gustaría encontrar una propuesta que fusione la comida típica colombiana y la peruana con servicio netamente a domicilio?**

Sí

No

**17. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato principal en Fusión Perú?**

\$20.000 a \$40.000

\$41.000 a \$50.000

\$51.000 a \$60.000

**Gracias por su tiempo y participación, puede dejarnos sus recomendaciones para cuando inicie el proyecto serán valiosos y tenidos en cuenta.**

## Anexo B.Cotización Sistema de Gestión en gestión de la Seguridad y Salud del Trabajo.



Bucaramanga, 19 de abril de 2024

Señores  
**FUSION PERU**  
Ciudad

**Asunto: Cotización para la implementación y seguimiento del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo de Fusión Perú con servicio virtual**

Respetados señores,

Como Administradora en Salud ocupacional con trayectoria de más de 12 años el área de la Seguridad y Salud en el Trabajo y 7 años laborando de manera independiente, me presento hoy con la intención de exponerles mi propuesta comercial para la implementación y el seguimiento del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo SG-SST en la empresa Fusión Perú con servicio Virtual, de acuerdo con los lineamientos establecidos en el Decreto 1072 de 2015 y Resolución 0312 de 2019 – Ministerio de Trabajo). Por lo anterior y con el objetivo de cumplir con los requerimientos y condiciones necesarias para dar cumplimiento a la normatividad vigente, a continuación, se indica a detalle la cobertura de mi propuesta:

Realizar una metodología de identificación de peligros, evacuación y valoración de los riesgos de la cafetería, además de generar:

1. Reglamento de higiene y seguridad industrial
2. Política de seguridad y salud en el trabajo
3. Programa de capacitación
4. Entrenamiento, inducción y reinducción en Seguridad y Salud en el Trabajo
5. Política de prevención de emergencias
6. Plan de prevención, preparación y respuesta ante emergencias
7. Procedimiento de investigación de incidentes, accidentes de trabajo y enfermedades.
8. Procedimiento de acciones preventivas y correctivas
9. Política de elementos y equipos de protección personal
10. Política de control de cigarrillo, alcohol y drogas
11. Subprograma de medicina preventiva y del trabajo
12. Subprograma de higiene y seguridad
13. Programa de orden y aseo
14. Programa de estilo de vida saludable
15. Programa de riesgo psicosocial
16. Programa de vigilancia epidemiológica osteomuscular
17. Procedimiento de mantenimiento de instalaciones y equipos
18. Procedimiento para control de documentos y registros



Valor económico: Un millón ochocientos mil pesos (\$1.800.000 m/cte.)

La propuesta económica incluye todos los tributos, seguros y costos laborales conforme a la legislación vigente, así como cualquier otro concepto que le sea aplicable y que pueda tener incidencia sobre el costo del servicio a contratar

De igual manera, declaro de manera libre y voluntaria que:

- a) Conozco los documentos referidos y acepto las condiciones y los requisitos contenidos.
- b) Conozco y acepto la forma de pago que deberá realizarse en un plazo no superior a 60 días calendario contados a partir de la aceptación de la cuenta de cobro.
- c) Si se acepta la presente cotización, me comprometo a suscribir el contrato, a constituir y presentar las garantías y a realizar todos los trámites necesarios para su perfeccionamiento y legalización en los plazos señalados por su empresa.
- d) Me comprometo a cumplir el plazo del contrato de conformidad con lo solicitado en la invitación a cotizar.
- e) En caso de aceptar la presente cotización, cumpliré con la totalidad de las condiciones técnicas señaladas en los documentos de la invitación
- f) Estoy en condiciones de establecer procedimiento y controles para cumplir con la ejecución del contrato, bajo las exigencias señaladas en la invitación a cotizar
- g) La propuesta aquí expuesta tiene una vigencia de 90 días calendario

Estaré atenta a sus observaciones.

Cordialmente,



Bucaramanga, 19 de abril de 2024

Señores  
**FUSION PERU**  
Ciudad

**Asunto: Cotización para la implementación y seguimiento del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo de Fusión Perú con servicio virtual**

Respetados señores,

Como Administradora en Salud ocupacional con trayectoria de más de 12 años el área de la Seguridad y Salud en el Trabajo y 7 años laborando de manera independiente, me presento hoy con la intención de exponerles mi propuesta comercial para la implementación y el seguimiento del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo SG-SST en la empresa Fusión Perú con servicio Virtual, de acuerdo con los lineamientos establecidos en el Decreto 1072 de 2015 y Resolución 0312 de 2019 – Ministerio de Trabajo). Por lo anterior y con el objetivo de cumplir con los requerimientos y condiciones necesarias para dar cumplimiento a la normatividad vigente, a continuación, se indica en detalle las fases de la propuesta.

1. **Fase de Implementación:** Implementar el SG-SST permitirá dar cumplimiento legal y responder ante cualquier evento o visita de un ente regulador o de control (alcaldía, secretaria de salud, ministerio de trabajo, etc).

Realizar una metodología de identificación de peligros, evacuación y valoración de los riesgos de la cafetería, además de generar:

- a) Evaluación inicial
- b) Diseño del Manual de seguridad y salud en el trabajo. (incluyendo sus anexos como Formatos, procedimientos, identificación de programas, matriz de peligro, matriz de requisitos legales).
- c) Diseño político de Seguridad y Salud en el Trabajo y demás políticas complementarias del sistema.
- d) Definiciones de los roles, responsabilidades, autoridad y rendición de cuentas. (de acuerdo con la responsabilidad del SG SST que cada trabajador tiene con la SST).
- e) Diseño del presupuesto y asignación de recurso del SG SST.
- f) Procedimiento para la realización de exámenes médicos.
- g) Procedimientos para identificación de peligros, control y evaluación. (matriz de peligros).
- h) Elaboración del Plan Anual de trabajo y capacitación de SST.



- i) Programa de motivación, participación y consulta.
- j) Instructivo para investigación desde incidentes, accidentes de trabajo y enfermedades laborales.
- k) Diseño de los indicadores.
- l) Identificación de los Programas a desarrollar de acuerdo a la matriz de peligro y exámenes médicos.
- m) Diseño de las Auditoría, rendición de cuentas y revisión por la gerencia.
- n) Diseño a las Acciones preventivas y correctivas.
- o) Conformación comité de vigía, comité de convivencia laboral.
- p) Programa de capacitaciones.
- q) Programa de inducción (general a todo el personal).

2. **Fase de Seguimiento:** Una vez finalice la etapa de implementación, se procederá a realizar el seguimiento y dar cumplimiento de cada uno de los planes, programas, procedimientos, capacitaciones y alimentar la información documentada como evidencia de ello.

Como valor agregado se realizará la Auditoría interna al SG-SST, informe de auditoría y plan de acción de acuerdo con los hallazgos relacionados, lo cual permitirá mejorar el sistema ya que, como profesional, mi objetivo es implementar un sistema de gestión que realmente genere valor en su empresa y que asigne responsabilidades y controles sobre las partes involucradas.

Estas actividades se ajustan a los estándares mínimos que debe cumplir la empresa de acuerdo a la resolución 0312 del año 2019.

#### **VALOR ECONÓMICO**

- **Fase implementación:** Un millón seiscientos mil pesos (\$1.600.000 m/cte). libres de retenciones e impuestos, la forma de pago es al iniciar se solicita un anticipo del 50% y a la entrega a satisfacción del cliente lo restante, el tiempo de ejecución es de un mes.
- **Fase de seguimiento:** Costo mensual de doscientos cincuenta mil pesos (\$250.000 m/cte.). Este valor será facturado mes vencido con fecha de pago de los primeros cinco días del mes.

#### **CONDICIONES DEL SERVICIO**

- a) La empresa deberá designar una persona de apoyo.
- b) La propuesta no incluye mantenimiento de equipos ni compra de elementos que se requieran para el cumplimiento del sistema.
- c) Para la fase de seguimiento se programarán 2 visitas mensuales en sesiones de 4 horas de servicio presencial en las instalaciones del cliente, y acompañamiento



continuo remoto por los medios de comunicación oficiales de la empresa como correo electrónico, llamadas telefónicas, mensajes de WhatsApp, etc. Yo me comprometo y garantizo el desarrollo de actividades donde se involucre a las partes interesadas en sus visitas presenciales, optimizando así los recursos y haciendo estas jornadas más efectivas

Agradezco la oportunidad de poder presentarles esta propuesta, quedo atenta de poder suministrar cualquier información adicional.

Cordialmente,

**YAMILÉ APARICIO CACERES**  
Administradora en Salud Ocupacional  
Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO

## Anexo C.Cotización Análisis Ambiental.

Bucaramanga 19 de abril de 2024

Señores  
Fusión Perú  
Bucaramanga Santander

Asunto: Cotización para el proyecto factibilidad para la creación de un restaurante fusión de comida Colombo- peruana en la ciudad de Bucaramanga.

Como ingeniería Ambiental profesional en Gerencia de riesgo laborales seguridad y salud en el trabajo con 5 años de experiencia me permito realizar la siguiente cotización formal del servicio, cuyo objeto es "Desarrollar el análisis ambiental y seguimiento", por lo anterior cumpliendo con lo solicitado y atendiendo las condiciones que se indican en la misma, la propuesta económica es la siguiente e incluye:

En este análisis se tienen en cuenta todas las acciones necesarias para la prevención, mitigación y compensación de los impactos ambientales negativo y para los potenciadores de los impactos benéficos.

Para el análisis del estudio ambiental se incluyen los siguientes aspectos de física, biótica, económica, cultural y política, y el diseño del Plan de Manejo ambiental.

La propuesta de Plan de Manejo Ambiental del proyecto contendrá:

- a. Las medidas de prevención, mitigación, corrección y compensación de los impactos ambientales negativos.
- b. El programa de monitoreo del proyecto.
- c. El plan de contingencia el cual contendrá las medidas de prevención y atención.
- d. Los costos proyectados del Plan de Manejo y el cronograma, anual para los próximos 5 años.

Valor en pesos: dos millones de pesos (\$ 2.000.000)

La propuesta económica incluye todos los tributos seguros y de ser el caso, los costos laborales conforme a la legislación vigente, esperamos contar con su preferencia en cualquier requerimiento contactamos.

Cordialmente.

Laura Marcela Vilardy Badillo  
Especialista en gerencia de riesgos laborales seguridad y salud en el trabajo

## Anexo D.Cotización Desarrollador Web.

 <p><small>Wix</small> <b>Lo haces tu mismo</b> COP <b>621.600</b> <small>anual</small></p> <ul style="list-style-type: none"><li>✗ Desarrollado por ti mismo</li><li>✗ Capacitación en documentos</li><li>✗ Diseño basado en plantillas</li><li>✗ Soporte por tickets</li><li>✗ 1 usuario administrador</li><li>✗ Sin correos</li><li>✗ Desarrollo en un mes o más</li></ul>	<p><small>Sense Digital</small> <b>Lo hacemos por ti Desde :</b> COP <b>800.000</b> <small>primer pago</small></p> <p><small>desde segundo año 300.000 anual</small></p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Hacemos todo el trabajo por ti</li><li>✓ Te capacitamos con videos</li><li>✓ Tu diseño es 100% personalizable</li><li>✓ Tu soporte es personalizado</li><li>✓ Tienes Usuarios ilimitados</li><li>✓ 10 cuentas de correo corporativo</li><li>✓ Desarrollo en una semana</li></ul> <p><a href="#">Contacta tu asesor</a></p> <p><small>Si no te gusta el resultado te devolvemos el dinero</small></p>	 <p><small>shopify</small> <b>Lo haces tu mismo</b> COP <b>1.287.600</b> <small>anual</small></p> <ul style="list-style-type: none"><li>✗ Desarrollado por ti mismo</li><li>✗ Capacitación en documentos</li><li>✗ Diseño basado en plantillas</li><li>✗ Soporte por tickets</li><li>✗ 1 usuario administrador</li><li>✗ Sin correos</li><li>✗ Desarrollo en un mes o más</li></ul>
--	---	--

## Anexo E.Cotización Gamma Web.

gammaweb.co/product/manual-de-identidad-corporativa/

3041485551 o Llámanos al (602) 4846150 ventas@gammacolombia.com

Contrata tu campaña de Marketing 0 elementos

# GAMMA WEB

Marketing y Publicidad

INICIO MARKETING DIGITAL AVISOS CONTÁCTANOS

## DISEÑO DE MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Valor x Diseño Profesional de Manual de Marca  
**\$890.000**

Diseñamos el Manual de Marca de tu empresa.  
Manual de Identidad Corporativa.  
Manual de estilos.

1 [Añadir al carrito](#)

SKU: 010 / Categorías: [Diseño](#), [Manual de Identidad Corporativa](#)

### Diseño Manual de Identidad Corporativa

Descripción	Valoraciones (0)
Un manual de identidad corporativa o una guía de estilo es una de las formas más eficaces para definir las bases y normas de comunicación de tu empresa. Estas guías serán útiles para muchas personas, desde los creadores de contenido internos hasta tus colaboradores externos, pasando por los diseñadores y demás especialistas.	