

Factibilidad para la Creación de un Restaurante de Comidas Rápidas en la Ciudad de
Barrancabermeja, Santander

Andrea Katherine Moreno Ávila

Trabajo de Grado para Obtener el Título de Profesional en Gestión Empresarial

Directora

Marcela Patricia Arenas Cristancho

Ingeniera Industrial especialista en Ingeniería de Operaciones
en Manufactura y Servicios

Universidad Industrial de Santander

Instituto Proyección Regional y Educación a Distancia

Gestión Empresarial

Bucaramanga

2023

Tabla de Contenido

1	Análisis General del Sector.....	16
1.1	Descripción del sector.....	16
1.2	Evolución del Sector.....	17
1.3	Tendencias del Sector.....	20
1.4	Identificación de Oportunidades y Amenazas.....	22
1.5	Marco Legal.....	23
1.6	Contexto Geográfico.....	26
2	Estudio de Mercados.....	28
2.1	Descripción del Producto o Servicio.....	28
2.1.1	Descripción, Usos y Especificaciones del Producto/Servicio.....	28
2.1.2	Atributos Diferenciadores.....	30
2.2	Segmento de mercado.....	31
2.3	Estudio de la demanda.....	31
2.3.1	Necesidades de información.....	31
2.3.2	Tipo de estudio.....	32
2.3.3	Enfoque.....	32
2.3.4	Fuentes de información.....	32
2.3.5	Técnicas de Investigación.....	33
2.3.6	Instrumento para la Recolección de Información.....	33
2.3.7	Modo de aplicación.....	33
2.3.8	Cálculo de la muestra.....	34
2.3.9	Alcance.....	34

2.3.10	Tiempo de aplicación.....	34
2.3.11	Tabulación, Presentación y Análisis de Resultados.....	34
2.3.1	Estimación de la Demanda.....	45
2.3.2	Estimación de la Demanda Efectiva.	45
2.3.12	Proyección de la Demanda Para Los Próximos Cinco Años.	45
2.4	Análisis de la Oferta.....	46
2.5	Descripción del Producto o Servicio Mínimo Viable	47
2.5.1	Descripción, Usos y Especificaciones del Producto o del Servicio.....	47
2.5.2	Atributos Diferenciadores del Producto o del Servicio con Respecto a la Competencia.	48
2.6	Estructura de Comercialización y de Distribución	48
2.6.1	Estrategia para Fijación de Precios	48
2.6.2	Relacionamiento con los Clientes.....	49
3	Estudio Técnico	51
3.1	Tipo de Proyecto.....	51
3.2	Desarrollo Operativo del Proyecto.....	51
3.2.1	Ficha Técnica del Producto Mínimo Viable.	51
3.2.2	Descripción y Diagramación de Actividades Clave.	53
3.2.3	Características del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (Sg-Sst).	56
3.2.4	Análisis Ambiental.....	57
3.2.5	Recursos Clave.....	58
3.2.6	Distribución de Planta.....	61

3.2.6	Localización.....	62
3.2.7	Control de Calidad.....	64
3.3	Capacidad del Proyecto.....	65
3.3.1	Capacidad Total Diseñada por la Línea de Producto o Servicio.....	65
3.3.2	Capacidad Instalada.....	66
3.3.3	Capacidad Utilizada y Proyectada.....	66
4	Estudio Administrativo.....	67
4.1	Forma de Constitución.....	67
4.2	Estructura Organizacional.....	67
4.2.1	Misión.....	67
4.2.2	Visión.....	68
4.2.3	Valores Corporativos.....	68
4.2.4	Organigrama.....	68
4.2.5	Asignación Salarial.....	69
5	Estudio Financiero.....	70
5.1	Inversiones Fija y Diferida.....	70
5.1.1	Inversión Fija.....	70
5.1.2	Inversión Diferida.....	72
5.2	Costos y Gastos.....	73
5.2.1	Costos de Producción.....	73
5.2.2	Gastos de Administración y Ventas.....	75
5.3	Capital de Trabajo.....	77
5.3.1	Periodo de Capital de Trabajo.....	77

5.3.2	Estructura del Crédito.....	77
5.3.3	Gastos Financieros.....	79
5.3.4	Cuadro Resumen del Capital de Trabajo.....	79
5.4	Inversión Total.....	79
5.5	Estructura de Capital.....	79
5.5.1	Recursos propios. (Capital propio y/o socios inversionistas).....	80
5.5.2	Recursos de financiación.....	80
5.6	Precio de Venta.....	80
5.7	Estados Financieros Proyectados.....	81
5.7.1	Estado de Resultados proyectado.....	81
5.7.2	Flujo de Fondos proyectado.....	82
5.7.3	Estado de Situación Financiera inicial y proyectado.....	85
5.8	Evaluación Financiera.....	87
5.8.1	Razones financieras.....	87
5.8.2	Indicadores de Viabilidad.....	91
5.9	Tamaño del Proyecto.....	93
	Conclusiones.....	94
	Recomendaciones.....	96
	Lista de Referencias.....	97
	Anexos.....	99

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Segmentación del cliente.</i>	31
Tabla 2 <i>Porcentaje de personas que consumen comidas rápidas</i>	35
Tabla 3 <i>Preferencia de Consumo de Comida rápida</i>	36
Tabla 4 <i>Frecuencia de Consumo</i>	37
Tabla 5 <i>Número de Acompañantes</i>	38
Tabla 6 <i>Precio Promedio por Hamburguesa</i>	39
Tabla 7 <i>Lugar de preferencia para el Consumo</i>	40
Tabla 8 <i>Medios de Pago de Preferencia</i>	41
Tabla 9 <i>Porcentaje de Posibles Consumidores</i>	42
Tabla 10 <i>Preferencia de hamburguesa saludable</i>	43
Tabla 11 <i>Medios de Comunicación para Publicidad</i>	44
Tabla 12 <i>Proyección de la Demanda</i>	45
Tabla 13 <i>Análisis de la competencia</i>	46
Tabla 14 <i>Presupuesto de Lanzamiento</i>	50
Tabla 15 <i>Presupuesto de Comunicación</i>	50
Tabla 16 <i>Presupuesto de Operación</i>	50
Tabla 17 <i>Ficha Técnica del Producto Mínimo Viable</i>	51
Tabla 18 <i>Recursos Clave de Talento Humano</i>	58
Tabla 19. <i>Recursos Claves de Infraestructura</i>	58
Tabla 20 <i>Insumos Directos</i>	60
Tabla 21 <i>Insumos Indirectos</i>	61
Tabla 22 <i>Área por Sección</i>	61

Tabla 23 <i>Calificación ponderada para la localización óptima del Restaurante</i>	63
Tabla 24. <i>Capacidad Utilizada y Proyectada</i>	66
Tabla 25 <i>Asignación Salarial</i>	69
Tabla 26 <i>Carga Prestacional</i>	70
Tabla 27 <i>Equipo de oficina</i>	70
Tabla 28 <i>Equipo de computación y comunicación</i>	71
Tabla 29 <i>Maquinaria y equipo</i>	71
Tabla 30 <i>Muebles y enseres operativos o de producción</i>	71
Tabla 31 <i>Inversión Fija</i>	72
Tabla 32 <i>Inversión Diferida</i>	72
Tabla 33 <i>Prorratio Costos y Gastos</i>	73
Tabla 34 <i>Costos Fijos</i>	73
Tabla 35 <i>Nómina operativa (MOD)</i>	74
Tabla 36 <i>Insumos o Materias Primas</i>	74
Tabla 37 <i>Materiales Indirectos de Fabricación</i>	74
Tabla 38 <i>Total Costos Variables</i>	75
Tabla 39 <i>Costos Totales</i>	75
Tabla 40 <i>Nomina Administrativa</i>	75
Tabla 41 <i>Gastos fijos de administración y ventas</i>	76
Tabla 42 <i>Nomina de Ventas</i>	76
Tabla 43 <i>Gastos variables de administración y ventas</i>	77
Tabla 44 <i>Total gastos de administración y ventas</i>	77
Tabla 45 <i>Estructura del Crédito</i>	77

Tabla 46 <i>Resumen de Crédito</i>	78
Tabla 47 <i>Gastos Financieros</i>	79
Tabla 48 <i>Total Capital de Trabajo</i>	79
Tabla 49 <i>Inversión Total</i>	79
Tabla 50 <i>Estructura de Capital</i>	79
Tabla 51 <i>Precio Estimado de Venta</i>	80
Tabla 52 <i>Estados Financieros</i>	81
Tabla 53 <i>Flujo de Fondos Proyectados</i>	83
Tabla 54 <i>Estado de Situación Financiera inicial y proyectado</i>	85
Tabla 55 <i>Razones de Liquidez</i>	88
Tabla 56 <i>Razones de Operación</i>	89
Tabla 57 <i>Razones de Rentabilidad</i>	90
Tabla 58 <i>Razones de Endeudamiento</i>	91
Tabla 59 <i>Punto de Equilibrio</i>	92

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Mapa geográfico de Barrancabermeja</i>	27
Figura 2 <i>Imágenes de referencia del producto</i>	28
Figura 3 <i>Porcentaje de personas que consumen comidas rápidas</i>	35
Figura 4 <i>Preferencia de Consumo de Comida rápida</i>	36
Figura 5 <i>Frecuencia de Consumo</i>	37
Figura 6 <i>Número de Acompañantes</i>	38
Figura 7 <i>Precio Promedio</i>	39
Figura 8 <i>Lugar de preferencia para el Consumo</i>	40
Figura 9 <i>Medios de Pago de Preferencia</i>	41
Figura 10 <i>Porcentaje de Posibles Consumidores</i>	42
Figura 11 <i>Preferencia de hamburguesa saludable</i>	43
Figura 12 <i>Medios de Comunicación para Publicidad</i>	44
Figura 13 <i>Diagrama de Actividades Clave Servicio</i>	54
Figura 14 <i>Diagrama de Actividades Clave Preparación Hamburguesa</i>	55
Figura 15 <i>Distribución de Planta</i>	62
Figura 16 <i>Organigrama de la Empresa</i>	69
Figura 17 <i>Punto de Equilibrio</i>	93

Lista de Anexos

Anexo A. <i>Formulario de Encuesta</i>	99
Anexo B. <i>Evidencia Realización de Encuestas</i>	104
Anexo C. <i>Cotización Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo</i>	105
Anexo D. <i>Cotización Análisis Ambiental</i>	106
Anexo E. <i>Cotización Recursos Clave de Infraestructura</i>	107

Resumen

Título: Estudio de Factibilidad para la Creación de un Restaurante de Comidas Rápidas Saludable en la Ciudad de Barrancabermeja, Santander*

Autor: Andrea Katerine Moreno Ávila**

Palabras Clave: Plan de negocio, Saludable, Restaurante, Comida rápida

Con el tiempo, la gastronomía ha despertado un nuevo segmento de negocios, dinamizando un mercado caracterizado por consumidores selectivos y exigentes. Las tendencias de comida saludable, la cocina como un espacio social y la especificidad de consumo, seguirán siendo actores importantes en el campo gastronómico. Por tanto, el estudio de factibilidad tiene como objetivo demostrar la viabilidad y las oportunidades existentes que se presentan en el Distrito Especial de Barrancabermeja para comercializar comida rápida saludable, que brinde un aporte a la disminución a los índices de obesidad y enfermedades en la población. Para el logro de los objetivos se llevó a cabo una investigación de tipo descriptiva y así conocer las características de los usuarios como son: conductas, actividades y comportamientos, nivel de ingresos, decisión de compra y preferencias, con estos resultados se llevó a cabo la evaluación del proyecto con lo cual se concluye que la creación del Restaurante Burger Healthy es factible financieramente, pues representa una tasa interna de retorno de 46.51% la cual es superior a la tasa de rentabilidad proyectada para los inversores; adicionalmente la inversión inicial en capital se recuperará en un plazo menor a un año y el valor presente que generará de acuerdo con los datos utilizados es de \$ 118.854.469

* Proyecto de Grado

** Universidad Industrial de Santander, Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia, Gestión Empresarial. Director: Marcela Patricia Arenas Crisancho

Resumen

Title: Feasibility Study for the Creation of a Healthy Fast-Food Restaurant in the City of Barrancabermeja, Santander, Colombia*

Author: Andrea Katherine Moreno Avila**

Keywords: Business Plan, Healthy, Restaurant, Fast Food,

Over time, gastronomy has awakened a new business segment, energizing a market characterized by selective and demanding consumers. Healthy food trends, the kitchen as a social space and the specificity of consumption will continue to be important players in the gastronomic field. Therefore, the feasibility study aims to demonstrate the feasibility and existing opportunities in the Special District of Barrancabermeja to market healthy fast food, which will contribute to the reduction of obesity rates and diseases in the population. In order to achieve the objectives, a descriptive research was carried out to know the characteristics of the users such as: behaviors, activities and behaviors, income level, purchase decision and preferences, with these results the evaluation of the project was carried out, with which it is concluded that the creation of the Burger Healthy Restaurant is financially feasible, since it represents an internal rate of return of 46.51%, which is higher than the average rate of return of the project which is higher than the projected rate of return for investors; additionally the initial investment in capital will be recovered in a period of less than one year and the present value that it will generate according to the data used is \$ 118.854.469

* *Proyecto de Grado*

** *Universidad Industrial de Santander, Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia, Gestión Empresarial. Director: Marcela Patricia Arenas Crisanchó*

Introducción

En la evolución del ser humano la dieta ha sido uno de los factores más cambiantes, a medida que el hombre cambia su estilo de vida de generación en generación, ha sido necesario cambiar hábitos alimenticios, variando la alimentación debido a la serie de actividades del día a día y el gasto energético. (Universidad del Oriente, 2018).

El ser humano anteriormente cazaba para conseguir sus alimentos, sembraba o realizaba trabajos de alto consumos energético, hoy día las personas ya no se movilizan igual que antes y cada vez más se mueven menos, con esto han llegado las enfermedades coronarias, diabetes, hipertensión arterial, apnea del sueño y el 60% de la población adulta en el país sufre de obesidad, de acuerdo con la encuesta Nacional de Situación Nutricional realizada por el Ministerio de Salud en el 2017, los malos hábitos alimenticios y la poca actividad física son los principales causantes del incremento de obesidad en el país, que afecta tanto a adultos, jóvenes y niños (Nueva EPS, 2017).

Tras la pandemia COVID 19 se dio a conocer que en la mayoría de los países las personas mayores y con enfermedades crónicas son las que más se ven afectadas por accidentes cardiovasculares y cardiopatías isquémicas, (Naciones Unidas Cepal, 2020), lo cual hace un llamado urgente a la sociedad en cambiar hábitos y evitar enfermedades crónicas y un envejecimiento prematuro de las células, por otro lado están las comidas rápidas y la gran acogida que ha tenido no solo en Colombia si no en el mundo entero, son cada vez más las personas que consumen este tipo de alimentos que están cargados de salsas, sodio, grasas saturadas y exceso de carbohidratos con pocas proteínas y con embutidos ultra procesados.

Con el tiempo, la gastronomía ha despertado un nuevo segmento de negocios, dinamizando un mercado caracterizado por consumidores selectivos y exigentes. Las tendencias de comida

saludable, la cocina como un espacio social y la especificidad de consumo, seguirán siendo actores importantes en el campo gastronómico. Por tanto, el estudio de factibilidad tiene como objetivo demostrar la viabilidad y las oportunidades existentes que se presentan en el Distrito Especial de Barrancabermeja para comercializar comida rápida saludable, que brinde un aporte a la disminución a los índices de obesidad y enfermedades en la población.

Principalmente, considerando la dinámica de desarrollo social de la población y los hábitos desarrollados en momentos atípicos de esparcimiento, dicho lo anterior nace la pregunta de ¿Cuál es la viabilidad del modelo de negocio de un restaurante de comidas rápidas saludables en el distrito especial de Barrancabermeja, Santander? Y es la que lleva a realizar diferentes tipos de estudios, el primero de ellos es el estudio de mercados a fin de definir y conocer las características esperadas del mercado objetivo, con el cual a través de encuestas se pudo establecer los datos de oferta de comidas rápidas y la demanda actual y esperada de la hamburguesa saludable dentro de la población, así como la frecuencia de consumo de este tipo de alimentos, las preferencias en cuanto a medios de comunicación y medios de pago, información de importancia para la toma de decisiones estratégicas para la puesta en marcha del restaurante.

En la parte técnica del proyecto se describe el proceso productivo de las hamburguesas y el tiempo de ejecución, se determina la capacidad para producir, los requerimientos de recursos físicos y humanos necesarios para operar en los próximos 5 años. Para el normal funcionamiento de la empresa se realizó la distribución de planta, donde se toma en cuenta la micro y macro ubicación, estableciendo la ubicación ideal. Seguidamente, la estructura organizacional de la empresa es donde se hace público su organigrama, se definen la forma de constitución de la empresa y se establecen la visión, misión y los valores corporativos. Finalmente, se realizó el estudio financiero y la evaluación del proyecto para entender la viabilidad económica que

determina la factibilidad del proyecto a través de la rentabilidad, estabilidad y resultados futuros que se pueden obtener de la empresa.

1. Análisis General del Sector

1.1 Descripción del sector

El sector gastronómico con código CIIU 5611 establecido por la Cámara de Comercio y la DIAN, el cual incorpora las actividades de preparación y el expendido de alimentos y/o menú en restaurantes o para llevar a domicilio (DIAN, 2022).

Los restaurantes durante años han sido importantes dentro de la sociedad, tanto como para la alimentación de las personas como para reuniones con familiares, amigos o compañeros de trabajo es un lugar de esparcimiento y para dar gusto al paladar, durante años este sector ha tenido grandes cambios, nacional e internacionalmente, ya que cada país tiene su cultura diferentes comidas y con variedad de dietas, la comida rápida nació desde el poco tiempo que tenían las personas y no alcanzaban a preparar sus alimentos.

En Colombia por pandemia el Gobierno Nacional mediante el Ministerio de Salud ha venido expidiendo varias resoluciones para dar las indicaciones necesarias de apertura a establecimientos comerciales como los restaurantes. A la fecha, hay una suma considerable de estos lugares, entre formales e informales, que no pudieron volver a abrir debido a que se vieron forzados a cierres parciales por la crisis (Núñez, 2021).

En Barrancabermeja, el 70% de población consume de manera intermitente productos como embutidos, comidas rápidas o procesados, alimentos considerados como “poco saludables” (Vitar, 2016), sin embargo, si se propone la existencia de una cadena de desarrollo de productos que agilicen su preparación, pero con ingredientes saludables podría generarse una opción saludable y más atractiva para la población, ya que cada vez más la población opta por adquirir alimentos más saludables.

1.2 Evolución del Sector

La evolución de la gastronomía en Colombia, como la mayor parte de las cocinas de los diferentes territorios, está formada por la predominación de otras civilizaciones que llegaron a nuestro estado en la era de la conquista y luego en el siglo XIX y XX. Estas civilizaciones en cuestión fueron, para el siglo XVII y XVIII, la indígena que residía el territorio, la de España que arribó en los viajes del hallazgo y la africana que trajeron los iberos como esclavos para laborar en las minas y los cañaverales. Para el siglo XIX llegaron los de Francia y los de Inglaterra, los cuales, enseñaron su gastronomía aplicada a todo tipo de platillos y componentes. La alteración en los platos y las influencias en las mesas colombianas es dependiente del área de donde provenga, así como de los recursos naturales que dispongan, éstos tienen la posibilidad de ser numerosos o pobres en una zona, del mismo modo los climas diversos o los desarrollos sociales dispares tienen la posibilidad de afectar en el incremento de una cocina propia y marcar la diferencia. Esta diversidad culinaria refleja todo un mestizaje de civilizaciones y gustos a través de los siglos, aunque cada zona conservó su especialidad gastronómica (Restrepo, 2016)

Los restaurantes durante años han sido importantes dentro de la sociedad, tanto como para la alimentación de las personas como para reuniones con familiares, amigos o compañeros de trabajo es un lugar de esparcimiento y para dar gusto al paladar, durante años este sector ha tenido grandes cambios, nacional e internacionalmente, ya que cada país tiene en su cultura diferentes comidas y con variedad de dietas, la comida rápida nació del poco tiempo que tenían las personas para preparar los alimentos.

Hasta los primeros dos meses de 2020, los restaurantes en Colombia crecían lentamente, pero hay restaurantes que están comenzando a expandir sus modelos de negocio, pero no están preparados para una situación que realmente los obligue a cerrar y dejar de operar. Para este mismo

periodo según Fedesarrollo, este sector mantenía un pronóstico de incremento del 3,5% gracias a un manejo conveniente de la demanda interna, impulsada por un grande dinamismo en el consumo de los domicilios, y a un mejor comportamiento en la inversión; y es que para el año anterior este sector estuvo en el grupo de actividades que más contribuyó al crecimiento del país, que aportaron 0,9 puntos porcentuales a la suma, cuyo crecimiento respecto al año 2018 fue de 4,9% (Bernal & Artunduaga, 2020; Leal, 2020)

Uno de los sectores más afectados por las medidas para hacerle frente a la pandemia ocasionada por Covid-19 fue el sector gastronómico en Colombia, y es que por esta causa varios restaurantes tuvieron que cerrar debido a la crisis que atravesó el mundo, según Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica (Acodres) para el año 2020, se perdieron 320.000 empleos directos en el sector gastronómico y se estimaron unos 7 billones de pesos en pérdidas para este. Sin embargo, a partir de la vacuna y las medidas tomadas por el Ministerio de Salud y Protección Social, empezó un regreso a la normalidad, no obstante, la pandemia llegó a hacer parte de la vida de las personas, por lo cual se debe aprender a vivir con la realidad de esta enfermedad en el mundo (El Tiempo, 2021)

Debido a esto el gobierno ha tomado medidas para reabrir y apoyar a aquellas personas que deseen retomar actividades, las acciones para ayudar al sector fueron variadas e incluyeron alivios económicos y propuestas para lograr prestar servicios. Varias como el aplazamiento en el cobro de impuestos SAYCO y ACINPRO, exenciones del Impuesto al Valor Agregado y al impuesto al consumo o Impoconsumo, Programa de Apoyo al Trabajo Formal (PAEF), un auxilio a la nómina para las organizaciones (El Tiempo, 2021).

Por consiguiente, se han recuperado 42.000 locales y se reintegraron al trabajo 90.000 personas, la actividad gastronómica en Colombia aún confronta los esfuerzos propios de una

economía colapsada gracias a la enfermedad pandémica del covid-19. En este contexto, la Sociedad De Colombia de la Industria Gastronómica (Acodres), asegura que existe una evidente recuperación en las ventas sin embargo todavía hay retos, y que comparado con el 2019 se ha alcanzado una recuperación en ventas fundamentalmente del 100%, panorama que muestra que se está en la misma situación previo al Covid-19 y aquello motiva mucho a los empresarios (Semana, 2022).

Actualmente existen grandes oportunidades de expansión, y prueba de esto, es el desarrollo de varios restaurantes en la ciudad como Max Burger el cual ha alcanzado a inaugurar dos restaurantes, evidenciando el crecimiento de la economía del sector alimenticio específicamente comidas rápidas a pesar de no incluir un aspecto innovador en su estrategia de comercialización lo cual es lo que se propone en este proyecto. Innovar a través de la inclusión de ingredientes saludables desde la línea verde hasta lo vegano para quienes mantienen un estilo de vida saludable, además el despacho del producto tipo bufet donde el cliente elige los ingredientes del plato de su elección, lo cual es un factor atractivo e innovador para este sector de los alimentos.

Las constantes aperturas de nuevos locales de comida rápida, tanto en puntos centrales dentro de las ciudades, como en las plazuelas de los centros comerciales, dan prueba de la solidez del mercado y del incremento de sus clientes. Los cambios de tendencia en cuanto a la alimentación y los hábitos de consumo muestran que cada vez más gente prefiere comer fuera de su casa y se dirigen hacia nuevas variedades gastronómicas, incluyendo la oferta de restaurantes apuntándole a mercados segmentados, como el infantil o el juvenil, que acompañados de la gran publicidad, servicio, calidad e incentivos que les brindan a sus clientes, crean una gran fórmula de crecimiento para el sector.

Según las estadísticas presentadas por el DANE (2020), el 38,9 % son establecimientos que prestan servicios en Barrancabermeja, no se tienen cifras muy precisas debido a la poca información que se tiene de este sector pero se realizó la investigación de los restaurantes de comida rápida inscritos en la Cámara de Comercio de Barrancabermeja; se aplicó el filtro y se encontraron 56 restaurantes, Sin embargo, cabe señalar que en Barrancabermeja existe una gran cantidad de puestos ambulantes que no se encuentran registrados en la cámara de comercio y no todos siguen las normas de higiene que todo establecimiento legal debe tener.

1.3 Tendencias del Sector

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), las directrices para promover estilos de vida saludables y prevenir enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT) se basan en la promoción de estilos de vida saludables, los cuales incluyen la nutrición personal, el consumo de tabaco, el desarrollo físico o la inactividad, los riesgos relacionados con la recreación, especialmente alcohol, drogas y otros riesgos laborales relacionados. En función de su comportamiento, se consideran factores de riesgo o protectores tanto de enfermedades transmisibles como no transmisibles (diabetes, enfermedades cardiovasculares, cáncer, etc.). A nivel mundial, las tendencias de alimentos saludables varían, la nutrición moderna ha cambiado, dando como resultado nuevas pautas de consumo centradas en frutas y verduras (Bocanegra et al., 2021).

En este contexto, el mundo ha estado en constante cambio, la forma como se ve la vida hasta la decisión de que alimentos se consumen, los precios y la forma en que se consiguen los productos, ahora todo es más sistematizado y se están implantando nuevas tecnologías. En el transcurso de la pandemia hubo muchos cambios de los consumidores, según iFood, la comida

rápida lideró con 34% del total de pedidos, platos como sushi y comida oriental vendieron el doble que la comida saludable e incluso superando a la venta de arepas. Mientras que las hamburguesas representaron 23% y las pizzas apenas 7% (Arévalo, 2021), lo cual da tranquilidad porque a pesar de que por pandemia tuvieron que cerrar muchos negocios la comida rápida está liderando con pedidos y consumo.

Los desafíos que trajo la enfermedad pandémica del Covid-19 para quienes determinaron transitar por el camino de la reinversión en el sector gastronómico, fueron de enorme intensidad; aquí quienes determinaron seguir con sus negocios han tenido que replantear en algunas ocasiones sus modelos de comercio para llevar los productos de su menú a las viviendas de los comensales; no obstante, llevar la vivencia que se vivía en los restaurantes a las viviendas de los comensales todavía es un desafío por resolver en la industria.

Cambios tecnológicos, software que automatizaran los procesos, así como la logística de entrega de productos, nuevas plataformas, reservas como OpenTable y CoverManager, integración de canales de servicio al cliente como Cluvi, Menu Digital y Gurmi, compra y abastecimiento de materia prima como Frubana y TuPlaza, comida saludable, vegetariana, vegana; las preparaciones saludables serán el boom de los restaurantes, cada vez más las personas son conscientes del cuidado que hay que tener en la alimentación.

Son muchos los desafíos que un restaurante tiene que sobrepasar, pero se está en una era nueva de implementación de nuevas tecnologías y retos muy importantes donde se debe estudiar cada paso que se da para poder determinar la viabilidad de un restaurante de comida rápida saludable.

1.4 Identificación de Oportunidades y Amenazas

Todos los proyectos tienen sus pros y sus contras en el momento de ejecución y a través del tiempo, identificando cada uno de ellos, es posible armar estrategias y actuar a tiempo para sacar provecho en gran medida de las oportunidades y reducir o mitigar el riesgo de las amenazas

Oportunidades

Incremento de personas que quieren adquirir hábitos saludables.

No hay en el municipio un lugar de comida rápida saludable

Precios asequibles

Calidad de productos

Ambiente limpio y relajado

Amenazas

Incremento de impuestos

Posibles competencias futuras

Impuesto

Subida de precios de insumos

Aunque la dinámica económica de Barrancabermeja ha mostrado señales de desaceleración debido a que aún los efectos negativos generados por varios factores como el aplazamiento de la modernización de la Refinería, la pandemia por Covid 19, el desempleo y la falta de inversión extranjera la cual impulsaba proyectos de emprendimiento comunitario en la ciudad en años anteriores; Barrancabermeja sigue siendo una de las ciudades terciarias más importantes del país ya que se encuentra ubicada estratégicamente lo que la convierte en un “paso obligado”, para viajeros e inversionistas de distintas partes del país (Cámara de comercio Bucaramanga, 2006)

1.5 Marco Legal

Ley 9 de 1979: La protección del medio ambiente, medidas sanitarias.

Las normas generales que servirán de base a las disposiciones y reglamentaciones necesarias para preservar, restaurar y mejorar las condiciones sanitarias en lo que se relaciona a la salud humana;

Los procedimientos y las medidas que se deben para la regulación, legalización y control de los descargos de residuos y materiales que afectan o pueden afectar las condiciones sanitarias del medio ambiente.

Parágrafo. Para los efectos de aplicación de esta ley se entenderán por condiciones sanitarias del ambiente las necesarias para asegurar el bienestar y la salud humana (Congreso de Colombia, 1979).

Ley 300 de 1996 Art. 87

Indica que los establecimientos gastronómicos, bares y similares son aquellos cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo y que podrán prestar otros servicios complementarios.

Decreto 3075 de 1997: Buenas Prácticas de Manufactura

Todas las fábricas de alimentos deben contar con un sistema de control y aseguramiento de la calidad, el cual debe ser esencialmente preventivo y cubrir todas las etapas de procesamiento del alimento, desde la obtención de materias primas e insumos, hasta la distribución de productos terminados.

Conpes Social 113 de 2008 Política Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional.

Objetivo específico número 6: Promover hábitos y estilos de vida saludables que permitan mejorar el estado de salud y nutrición de la población, y prevenir la aparición de enfermedades asociadas con la dieta.

Resolución 683 de 2012: Reglamento Técnico

Tiene por objeto establecer el Reglamento Técnico, mediante el cual se señalan los requisitos sanitarios que deben cumplir los materiales, objetos, envases y equipamientos destinados a entrar en contacto con alimentos y bebidas para consumo humano, con el fin de proteger la salud humana y prevenir las prácticas que puedan inducir a error a los consumidores.

Resolución 2674 de 2013: Requisitos Sanitarios y Buenas Prácticas de Manufactura

Establece los requisitos sanitarios que se deben cumplir para las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas.

Plan Nacional de Desarrollo 2014 Ley 1753 de 2015

En el eje de Seguridad Social Integral: Acceso a la Salud de calidad, como uno de los objetivos específicos está Mejorar las condiciones de salud de la población y disminuir las brechas de resultados en salud, en donde se exponen como estrategias:

- a) Generar hábitos de vida saludable y mitigar la pérdida de años de vida saludable por condiciones no transmisibles, donde se establece como acción la ampliación de la Estrategia 4x4 para los entornos saludables: A partir de esta estrategia se promueve la actividad física, la alimentación saludable, la reducción del consumo de alcohol y el no consumo y exposición al tabaco, con el fin de reducir la morbimortalidad y

discapacidad por cáncer, las enfermedades cardiovasculares, la diabetes y las enfermedades pulmonares.

- b) Mejorar las condiciones nutricionales de la población colombiana: Allí se incluyen acciones para promover la alimentación saludable en el curso de vida: dando cumplimiento a los objetivos y metas definidos en el Plan Decenal de Salud Pública (PDSP) 2012-2021.

Decreto 1074 de 2015

Reglamentan aspectos como la inscripción en el Registro Nacional de Turismo, la contribución parafiscal, así como aspectos particulares atinentes a los establecimientos de gastronomía y bares turísticos.

Ley 1801 de 2016: Código Nacional de Policía Art. 87

Es obligatorio, para el ejercicio de cualquier actividad: comercial, industrial, de servicios, social, cultural, de recreación, de entretenimiento, de diversión; con o sin ánimo de lucro, o que, siendo privadas, trasciendan a lo público; que se desarrolle o no a través de establecimientos abiertos o cerrados al público, además de los requisitos previstos en normas especiales, cumplir previamente a la iniciación de la actividad económica los siguientes requisitos:

1. Las normas referentes al uso del suelo, destinación o finalidad para la que fue construida la edificación y su ubicación.

2. Mantener vigente la matrícula mercantil de la Cámara de Comercio de la respectiva jurisdicción donde se desarrolle la actividad.

3. La comunicación de la apertura del establecimiento, al comandante de estación o subestación de Policía del lugar donde funciona el mismo, por el medio más expedito o idóneo, que para tal efecto establezca la Policía Nacional.”

Ley 1943 de 2018

Cuando en un establecimiento de comercio se lleven a cabo actividades de expendio de comidas y bebidas preparadas en restaurantes, cafeterías, autoservicios, heladerías, fruterías, pastelerías y panaderías, para consumo en el lugar, para ser llevadas por el comprador o entregadas a domicilio, los servicios de alimentación bajo contrato, incluyendo el servicio de catering, y el expendio de comidas y bebidas alcohólicas para consumo dentro bares, tabernas y discotecas, se entenderá que la venta se hace como servicio excluido del Impuesto sobre las Ventas (IVA) y está sujeta al impuesto nacional al consumo al que hace referencia el artículo 512-1 de este Estatuto.

Norma Técnica Sectorial: NTS-USNA 008 de 2018-08-29

Dispone los requisitos de servicio e infraestructura que permiten categorizar por tenedores para restaurantes con servicio a la mesa.

Norma Técnica Sectorial: NTS-USNA 010 de 2018-02-22

Establece estándares de calidad para garantizar una adecuada atención al cliente en los establecimientos de comidas rápidas

1.6 Contexto Geográfico

Barrancabermeja, durante años su economía siempre ha girado en torno al petróleo, en el año 2019 de ser un municipio paso a ser un Distrito Especial, Portuario, Industrial, Turístico y Biodiverso lo que se dijo en su momento que permitirá el desarrollo en términos económicos, industriales y turísticos que beneficiaran a la población del puerto petrolero (Sanchez, 2019),

Figura 1 Mapa geográfico de Barrancabermeja

Nota: Mapa de Barrancabermeja, Tomado de Googlemaps, Coordenadas: 7°04'03"N 73°50'50"O

Barrancabermeja es un municipio clasificado en la Categoría 1 por el Departamento de Planeación Nacional (DNP) debido a que “sus ingresos corrientes anuales de libre disposición superan los ciento setenta mil uno (170.001) salarios mínimos legales mensuales establecido por la Ley N° 617 de 2000. Su Población es de 210.279 habitantes según Censo Nacional de Población y Vivienda (CNPV 2018), donde el 48,7% corresponde a hombres y el 51,3% a mujeres; la población desagregada por área corresponde 87,2% al área urbana y 12,8% al área rural; la población étnica corresponde al 2,28% del total, no cuenta con resguardos indígenas. Es la segunda ciudad en importancia en el departamento, cuenta con una “extensión geográfica de 1.274 kilómetros cuadrados (MinHacienda, 2019). Limita al norte con el municipio de Puerto Wilches, al sur con los municipios de Puerto Parra, Simacota y San Vicente de Chucurí, al oriente con el municipio de San Vicente de Chucurí y Girón, y al occidente con el Río Magdalena y el municipio de Yondó, departamento de Antioquia (Alcaldía de Barrancabermeja, 2018).

Su economía depende en gran medida de la industria petrolera, ya que en la ciudad se encuentra la refinería más grande del país, propiedad de Ecopetrol S.A. Sus operaciones logran refinar más de 250.000 barriles de petróleo por día, formando una cadena productiva que logra marcar importantes industrias como la construcción, metalmecánica, transporte, comercio,

hospedaje y restauración, vestuario y otros servicios de apoyo a la industria petrolera. Cabe señalar que si bien la refinería de Barrancabermeja ha sido una importante fuente de ingresos para la dinámica económica de la ciudad durante muchos años (COMPETTITICS, 2015). Esta dependencia también se ha convertido en un gran obstáculo para la integración de una economía más diversa y estable que se adapte a la volatilidad del mercado en diferentes sectores económicos, caso tal se remonta a la caída de los precios del petróleo a mediados de 2014 desencadenado la crisis económica de 2015 y 2016 en la ciudad de Barrancabermeja

Estudio de Mercados

1.7 Descripción del Producto o Servicio

1.7.1 Descripción, Usos y Especificaciones del Producto/Servicio.

El restaurante Burger Healthy es un negocio donde se brindará los servicios y oferta de comida rápida o Fast Food a personas de la ciudad de Barrancabermeja. Inicialmente se pretende iniciar con hamburguesas, de las cuales se tienen tres opciones en concordancia con las sugerencias de los consumidores sobre hamburguesa saludable.

Figura 2 Imágenes de referencia del producto





Fuente: Tomado de ABC Bienestar (Gonzalez,2020). En línea:
https://www.abc.es/bienestar/alimentacion/recetas-saludables/abci-10-ideas-para-preparar-hamburguesas-saludables-202003140325_noticia.html

El canal para la comercialización y distribución de los productos será el directo en un punto de venta con un horario laboral de 3 a 11 p.m. y la atención al cliente será de lunes a Domingo de 4 a 11 p.m. y, donde esto no implica la inclusión de intermediarios, y por el tipo de producto se quiere un contacto directo con el cliente por tanto los pedidos son tomados en la mesa por el mesero en el punto de venta y para los domicilios se habilita una línea de servicio ya sea para atención por mensajería vía WhatsApp o llamadas telefónicas. Los medios de pago que se ofrecen para la comodidad de los consumidores son electrónicos, pago con tarjetas y/o efectivo.

Dentro de los principales productos que se podrán encontrar son las hamburguesas saludables como:

- Hamburguesa cetogenica (Aguacate que reemplaza al pan, 100gr de pechuga, 180gr de jugosa carne de res, verduras)
- Hamburguesa vegana (Pan vegano, cerne de lentejas, verduras)
- Hamburguesa low carb – Baja en carbohidratos (Pan integral, 100gr de pechuga, 150gr carne de res magra)

1.7.2 Atributos Diferenciadores.

El principal atributo diferenciador frente a la competencia es la oferta de comidas rápidas saludables pensadas en las personas que se preocupan por su salud ofreciendo opciones de alimentos veganos, bajos en grasas y calorías como es el caso del pan empleando semillas y/o harinas integrales, que suman vitaminas, minerales y fibra a la preparación, volviéndola aún más saludable. La carne y/o el ingrediente básico de la hamburguesa es escogido cuidadosamente, pudiendo emplear, carne magra, pechuga de pollo o pavo, pescados o bien, ingredientes vegetarianos como legumbres, arroz o mezclas de estos, asimismo, el método de cocción es más cuidadoso y no suma grasas a la comida. Se ofrece la posibilidad de escoger productos sin salsas para aderezarlos al gusto y criterio de cada uno cuidando su salud y aspecto físico; ya que debido a estos factores no tienden al consumo de comida “chatarra”. Es por esto que Burger Healthy, se convierte en una opción de consumo deliciosa sin dejar de lado las necesidades propias del mercado objeto.

Colombia tiene un mercado potencial que busca hábitos alimentarios más saludables, nuevos en general, las generaciones son cada vez más conscientes del cuidado de su cuerpo e imagen, por lo que la propuesta de valor se basa en brindar las mejores alternativas saludables a la comida rápida en la ciudad de Barrancabermeja, incluyendo variedad de platillos, servicio personalizado, porción dedicada y saludable. El restaurante también ofrecerá un estilo de vida saludable, la propuesta se basa en:

1. Combinaciones diversificadas de platos
2. Preocupación por el bienestar de los clientes, a través de cuestionarios de salud y bienestar para poder brindar tips de alimentación sana.
3. Combinación de los ingredientes a gusto del consumidor.

1.8 Segmento de mercado

El mercado objetivo está compuesto por hombres y mujeres; entre 18 a 60 años que buscan cuidar la salud personal, que cuentan con ingresos medios, que desean productos frescos en calidad para alimentarse de una manera rápida, saludable y nutritiva, y que además les gusta salir a comer con frecuencia. Para determinar el número de población se tuvo en cuenta como base los datos estadísticos establecidos con la información suministrada de la población en el Censo demográfico del DANE, para el 2020 en Barrancabermeja donde según estos datos la población en el rango de edad entre 18 y 60 años es de 121.540 habitantes (Herrera, 2020).

Tabla 1

Segmentación del cliente.

Variables seleccionadas para el proyecto

Unidades de Muestreo	Variables geográficas	Variables demográficas	Edad	Variables Psicográficas
Personas	Municipio de Barrancabermeja Santander Colombia	Sexo masculino y Femenino	18 a 60 años	Forma de vida saludable, sana y sostenible, con apoyo a causas ambientales y sociales.
Población Total Barrancabermeja, Santander			% de Población de 18-60 Años	Población 18-60 años
191.704			63.4%	121.540

1.9 Estudio de la demanda

1.9.1 Necesidades de información.

Las necesidades de información vienen dadas por conocer más a fondo:

4. Conocimiento de la demanda actual y efectiva anual enmarcadas en el consumo de comida rápida.

5. Determinación de la población que consume este tipo de alimento y cuáles son sus preferencias de consumo ante la oferta de los mismos
6. Disposición de la población al consumo de comida rápida saludable
7. Conocimiento de la frecuencia y cantidad de consumo de este tipo de alimentos.
8. Conocimiento del lugar de preferencia o habitual para el consumo de comida rápida
9. Precio que paga habitualmente esa población por un servicio de calidad y buena atención.
10. Los canales para la promoción

1.9.2 Tipo de estudio

La investigación que se desarrollará será descriptiva ya que es necesario conocer las características de los usuarios como son: conductas, actividades y comportamientos, nivel de ingresos, decisión de compra y preferencias.

1.9.3 Enfoque

El proyecto se desarrollará bajo un enfoque de tipo mixto, debido a que el estudio se realizará mediante la técnica de observación y recolección de datos por medio de encuestas para la interpretación y análisis, con el fin de obtener un diagnóstico de la percepción que tienen los clientes sobre la comida rápida y la competencia actual en Barrancabermeja, de tal manera que el análisis y estudio de los datos recolectados permita definir si el proyecto resulta factible y viable de realizar.

1.9.4 Fuentes de información

Teniendo en cuenta el tipo de investigación y el propósito de la misma, la fuente de información tipo primario estará compuesta por toda la información disponibles y recogida durante

el desarrollo de la investigación y los resultados que se obtengan del mismo, ya que esta fuente contiene información en bruto, es decir, información de primera mano, que es el resultado de ideas, conceptos, teorías y resultados de investigación.

Como fuentes secundarias, se tendrán en cuenta libros, revistas, periódicos, estadísticas, informes, trabajos de grado y cualquier otra información que surja en el transcurso del desarrollo del estudio, la cual esté relacionada en forma directa e indirecta con el tema a desarrollar en la presente investigación.

1.9.5 Técnicas de Investigación

Las técnicas utilizadas son:

Observación: una de las más importantes a aplicar en el proyecto ya que permite determinar de manera directa las condiciones del mercado en el cual se desarrollará el proyecto, las necesidades y requerimientos de este y los hábitos de consumo de los clientes potenciales.

Encuestas: realizadas a las personas que pueden ser consumidores potenciales de comidas rápidas en Barrancabermeja, esto con el fin de conseguir información acerca de los hábitos de consumo del mercado objetivo y de esta manera lograr enfocar todas las estrategias de mercadeo para capturar los clientes del mercado objetivo.

1.9.6 Instrumento para la Recolección de Información.

El instrumento para la recolección de la información es el cuestionario ya que, mediante esta se puede conocer aspectos o variables necesarios para llevar a cabo un buen estudio de factibilidad. Además, esta fue creada especialmente para tener conocimiento de las características básicas para poder desarrollar el proyecto (Ver Anexo A).

1.9.7 Modo de aplicación

El modo de aplicación de la encuesta fue de una manera presencial (Ver Anexo B)

1.9.8 Cálculo de la muestra.

La selección de la muestra se realizó de manera aleatoria y el diseño se basó en los criterios de muestreo simple, Se optó por esta técnica de muestreo ya que ésta permite recolectar información fiable dentro del marco muestral escogido para él estudio. Dónde:

$N = \text{Población} = 121.540$

$Z = \text{Nivel confiabilidad, } 95\% = 1.96$

$e = \text{Error estimado, } 5\% = 0.05$

$p = \text{Probabilidad éxito, } 50\% = 0.5$

$q = \text{Probabilidad no éxito, } 50\% = 0.5$

$n = \text{Número de muestras}$

Reemplazando se tiene

$n = 383$ Encuestas

1.9.9 Alcance

El alcance de la investigación será en Barrancabermeja Santander

1.9.10 Tiempo de aplicación

El periodo de tiempo de aplicación del instrumento será de cuatro meses

1.9.11 Tabulación, Presentación y Análisis de Resultados

Se muestran los resultados obtenidos a través del cuestionario sobre la viabilidad del proyecto, así como datos interesantes analizados gráficamente en la encuesta aplicada, que es útil para responder algunas de las preguntas de la investigación.

1. ¿Consume comidas rápidas?

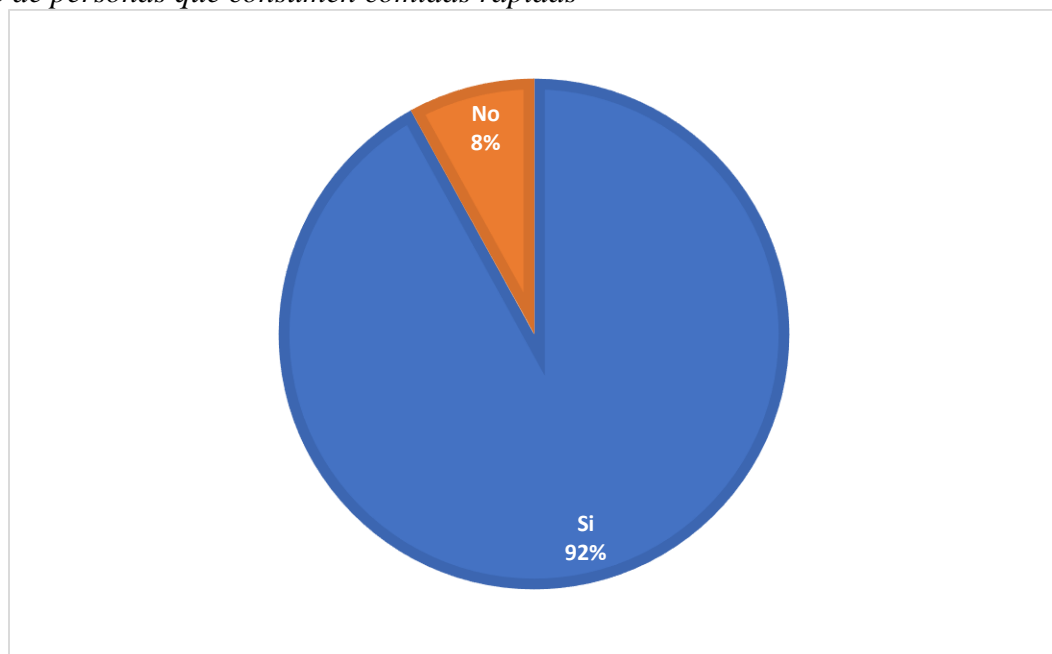
Tabla 2

Porcentaje de personas que consumen comidas rápidas

Concepto	Personas	Porcentaje
<i>Si</i>	352	92%
<i>No</i>	31	8%
<i>Total</i>	383	100%

Figura 3

Porcentaje de personas que consumen comidas rápidas



En cuanto al consumo de comidas rápidas, en la Figura 3 se puede observar que un porcentaje de al 92% de la población estudiada consume comidas rápidas y solo un porcentaje del 8% de esta afirma no consumir este tipo de alimentos. El 92% es un porcentaje de gran relevancia, ya que con dicho porcentaje se podrá calcular la demanda actual de comidas rápidas en Barrancabermeja.

2. ¿Cuál es la comida rápida de su preferencia?

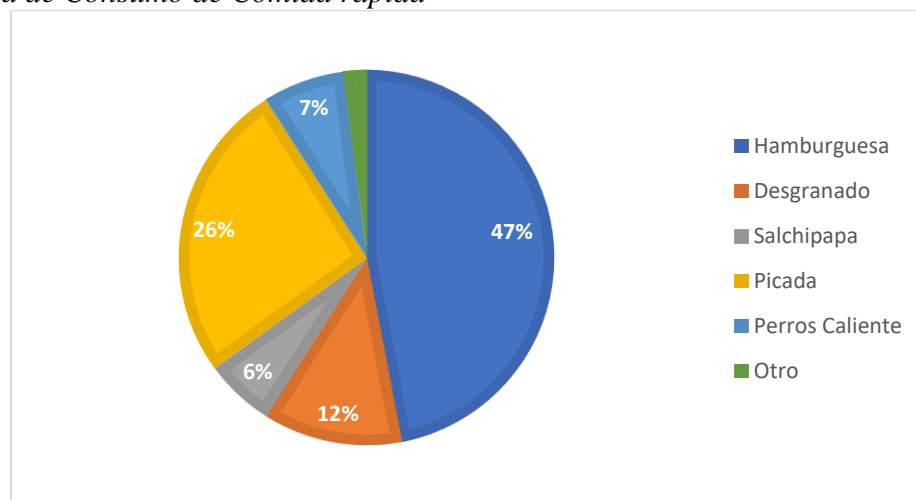
Tabla 3

Preferencia de Consumo de Comida rápida

<i>Concepto</i>	<i>Personas</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Hamburguesa</i>	165	47%
<i>Desgranado</i>	42	12%
<i>Salchipapa</i>	21	6%
<i>Picada</i>	92	26%
<i>Perro Caliente</i>	25	7%
<i>Otro</i>	7	2%
<i>Total</i>	352	100%

Figura 4

Preferencia de Consumo de Comida rápida



Se indagó dentro de la población acerca de sus preferencias de consumo, de lo cual se pudo establecer como se aprecia en la Figura 4 que pese a la variedad de comidas rápidas la preferencia de consumo está en las hamburguesas con un 47%, seguido por las picadas con un 26% y los desgranados con un 12%; finalmente solo el 7% prefieren las salchipapas, el 6% los perros calientes y el 2% afirman consumir algún otro tipo de alimento como pizzas, shawarmas o arepas rellenas. Con esto se puede establecer la oferta principal de comida rápida saludable dentro del restaurante siendo la hamburguesa el producto de mayor demanda.

3. ¿Con que Frecuencia consume comida rápida?

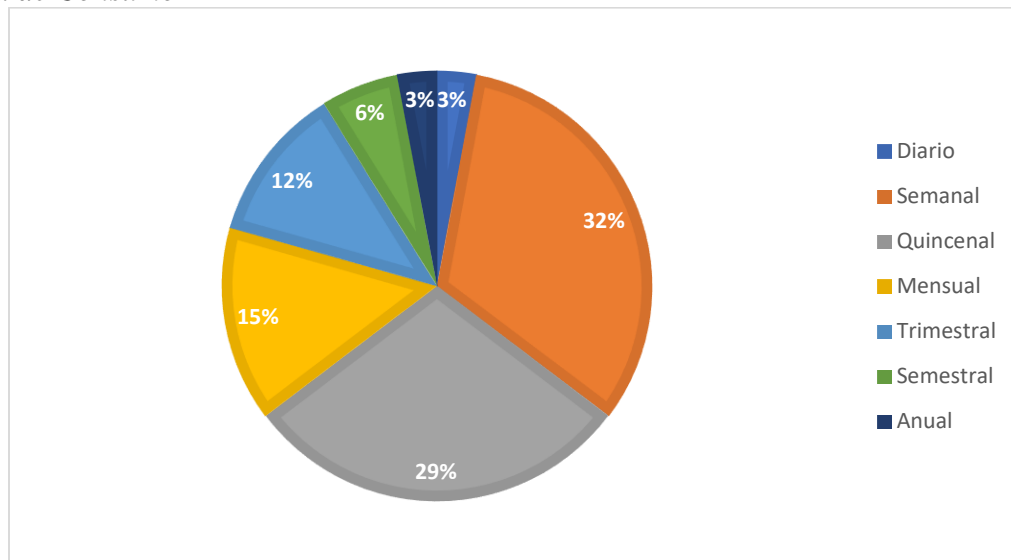
Tabla 4

Frecuencia de Consumo

<i>Concepto</i>	<i>Personas</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Frecuencia de Compra al año</i>	<i>Promedio Ponderado</i>
<i>Diario</i>	11	3%	360	10,6
<i>Semanal</i>	113	32%	52	16,8
<i>Quincenal</i>	102	29%	26	7,6
<i>Mensual</i>	53	15%	12	1,8
<i>Trimestral</i>	42	12%	4	0,5
<i>Semestral</i>	21	6%	2	0,1
<i>Anual</i>	11	3%	1	0,03
<i>Total</i>	352	100%		37,4

Figura 5

Frecuencia de Consumo



El 32% de la población y como se muestra en la Figura 5 consume comida rápida semanalmente, el 29% de esta consume este tipo de alimentos con una frecuencia quincenal, otro 15% la consume de una manera mensual y el 12% lo hace de manera trimestral. La frecuencia de consumo de comidas rápidas, en promedio es de 37.4 veces en el año valores que aporta al cálculo de la demanda estimada.

4. ¿Cuándo sale a consumir comidas rápidas sale acompañado generalmente por cuántas personas?

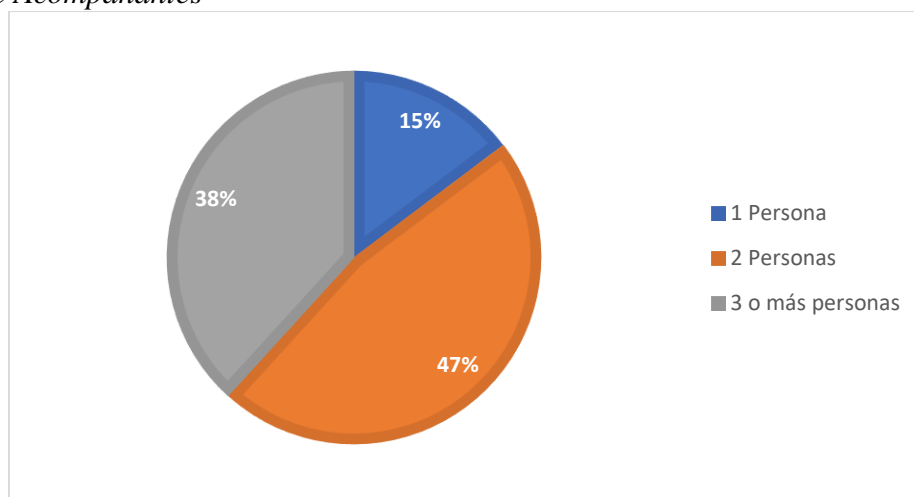
Tabla 5

Número de Acompañantes

<i>Concepto</i>	<i>Personas</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Promedio</i>
<i>1 persona</i>	53	15%	0,15
<i>2 personas</i>	165	47%	0,94
<i>3 o más personas</i>	134	38%	1,15
<i>Total</i>	352	100%	2,2

Figura 6

Número de Acompañantes

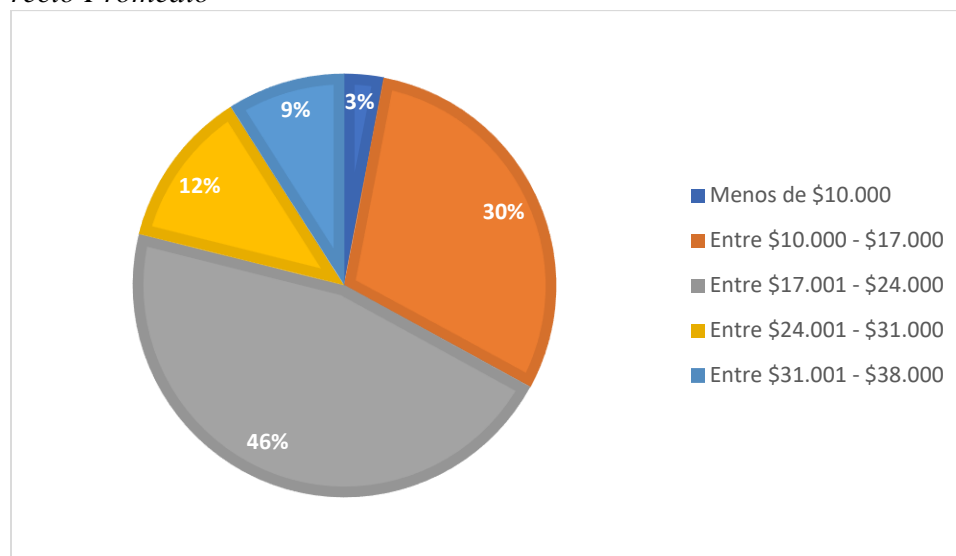


Como se evidencia en la Figura 6, del total de la población que consume comidas rápidas el 47% indican que generalmente salen acompañados de 2 personas cuando van a comer, el 38% con 3 o más personas y el 15% indicó que salen acompañados de una persona. En promedio salen acompañados por 2.2 personas cada vez que salen a comer, esta información es relevante a fin de calcular la demanda estimada del proyecto en ejecución.

5. ¿Cuánto paga por una Hamburguesa?

Tabla 6*Precio Promedio por Hamburguesa*

<i>Concepto</i>	<i>Personas</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Media</i>	<i>Promedio</i>
<i>Menos de \$10.000</i>	5	3%	\$ 5.000	\$ 150
<i>Entre \$10.000 - \$17.000</i>	49	30%	\$ 13.500	\$ 4.050
<i>Entre \$17.001 - \$24.000</i>	76	46%	\$ 20.501	\$ 9.430
<i>Entre \$24.001 - \$31.000</i>	20	12%	\$ 27.501	\$ 3.333
<i>Entre \$31.001 - \$38.000</i>	15	9%	\$ 34.501	\$ 3.105
<i>Total</i>	165	100%		\$ 20.069

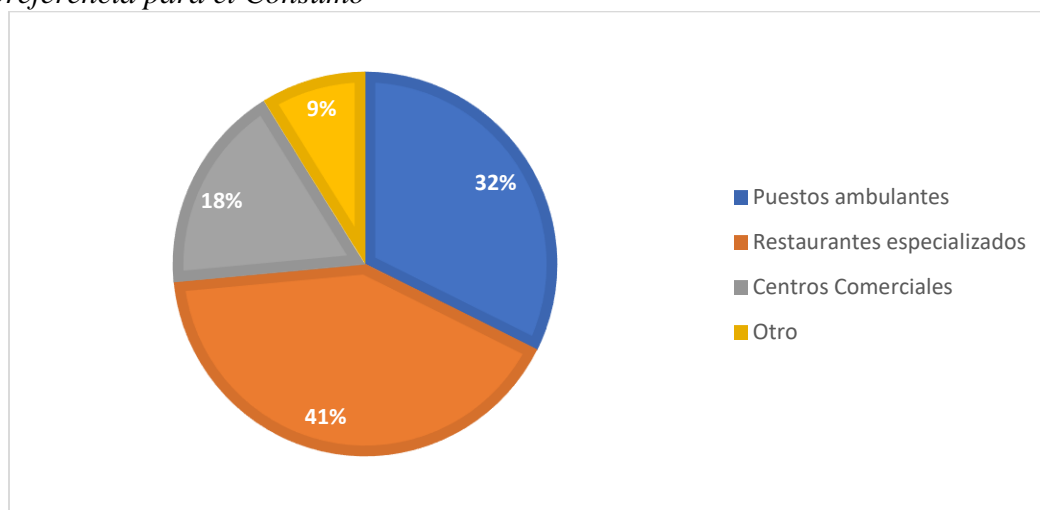
Figura 7 Precio Promedio

A través de la encuesta y la información que esta proporcionó se pudo determinar que el 46% de las personas que consumen hamburguesas del municipio de Barrancabermeja pagan entre \$18.000 y \$25.000 por hamburguesa, en tanto que el 30% pagan menos de \$10.000, y un 24% paga más de \$25.000. De acuerdo con estos datos se calcula un precio promedio de \$ 20.069 por hamburguesa en esta población. Este valor sirve de referencia para la fijación de precios.

6. ¿Cuál es su lugar de preferencia o habitual para consumir comida rápida?

Tabla 7*Lugar de preferencia para el Consumo*

<i>Concepto</i>	<i>Personas</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Puestos ambulantes</i>	113	32%
<i>Restaurantes especializados</i>	144	41%
<i>Centros Comerciales</i>	63	18%
<i>Otro</i>	32	9%
<i>Total</i>	352	100 %

Figura 8*Lugar de preferencia para el Consumo*

La población del municipio de Barrancabermeja tiene preferencia a consumir comida rápida en restaurantes con un 39% y el 33% prefieren consumir en puestos ambulantes y el 18% en centros comerciales. Un porcentaje menor del 9% corresponde a otros tipos de lugares de consumo como lo es a través de domicilios. Esta pregunta es de importancia para conocer cuáles son los patrones de compra de la demanda actual y con ello poder establecer sobre cómo ofrecer el servicio.

7. ¿Qué medio de pago prefiere para hacer sus compras?

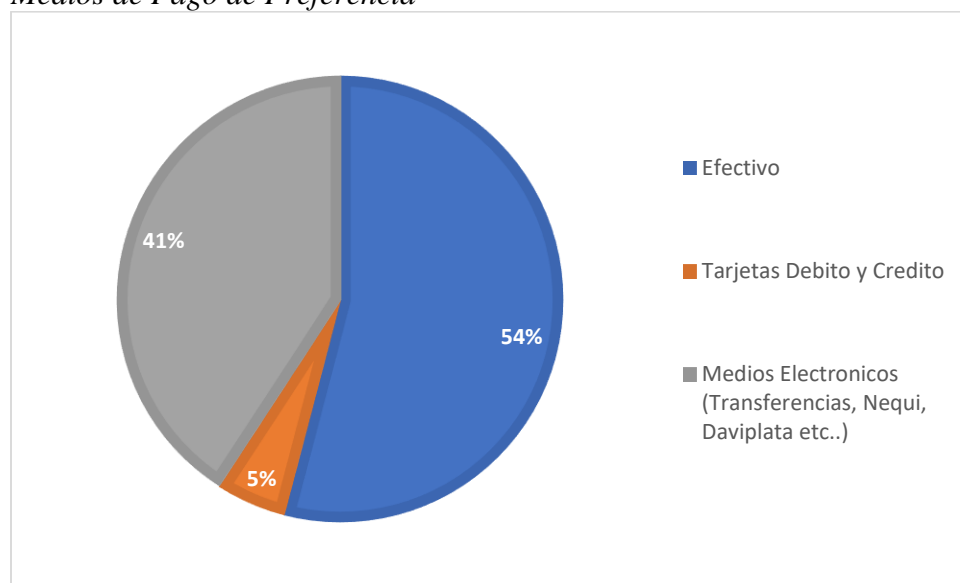
Tabla 8

Medios de Pago de Preferencia

Concepto	Personas	Porcentaje
Efectivo	194	55%
Tarjetas Débito y Crédito	18	5%
Medios Electrónicos (Transferencias, Nequi, Daviplata etc..)	141	40%
Total	352	100%

Figura 9

Medios de Pago de Preferencia



A pesar de que el dinero en efectivo todavía es el método más común en la población de Barrancabermeja, utilizado en el 54% de las transacciones, actualmente un porcentaje superior al 40% de esta población utiliza otros métodos de pago entre ellos, están las tarjetas de débito y crédito, así como las transferencias instantáneas, para pagar por su consumo. Se preguntó acerca de los medios de pago de preferencia para establecer las diferentes posibilidades que se deben tener en el restaurante para que las personas puedan pagar por los servicios ofrecidos, para lo cual se concluye que se debe contar con una caja para recibir el efectivo y cuentas disponibles para la recepción de transferencias

8. ¿Estaría dispuesto a consumir una alternativa saludable de comida rápida en la ciudad de Barrancabermeja?

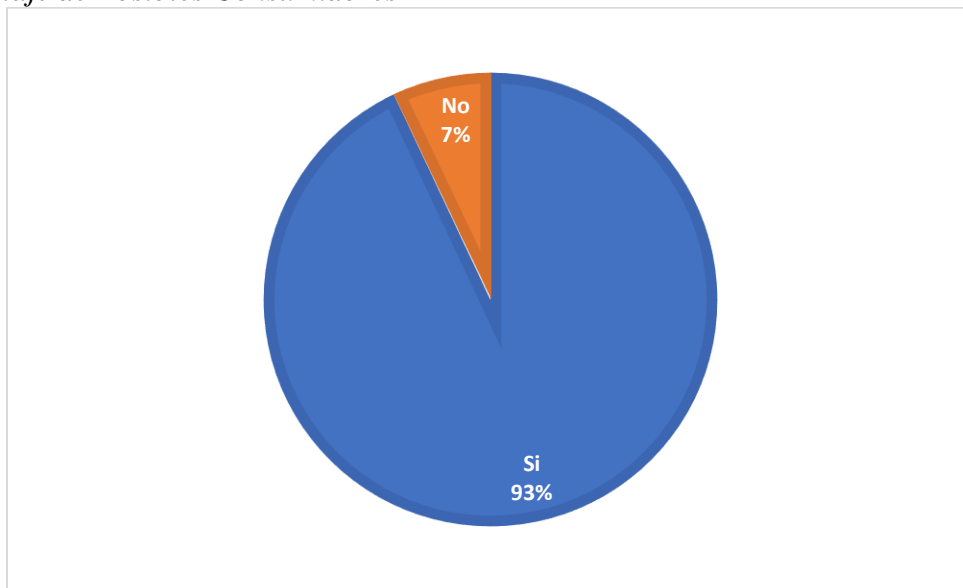
Tabla 9

Porcentaje de Posibles Consumidores

<i>Concepto</i>	<i>Personas</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Si</i>	327	93%
<i>No</i>	25	7%
<i>Total</i>	352	100%

Figura 10

Porcentaje de Posibles Consumidores



La encuesta revela que el 93% de las personas del municipio de Barrancabermeja estarían dispuestos a consumir una alternativa saludable de comida rápida; solo un pequeño porcentaje (7%) no estarían dispuestos a consumir, pero eso no implica que no la consuman porque puede ser que tengas otras preferencias en cuanto a comidas rápidas u otro tipo de alimentos. El valor de 93% se convierte en una variable de gran importancia para estimar la demanda efectiva anual de comidas rápidas saludables en este municipio.

9. ¿Qué opción de hamburguesa saludable entre las siguientes preferiría?

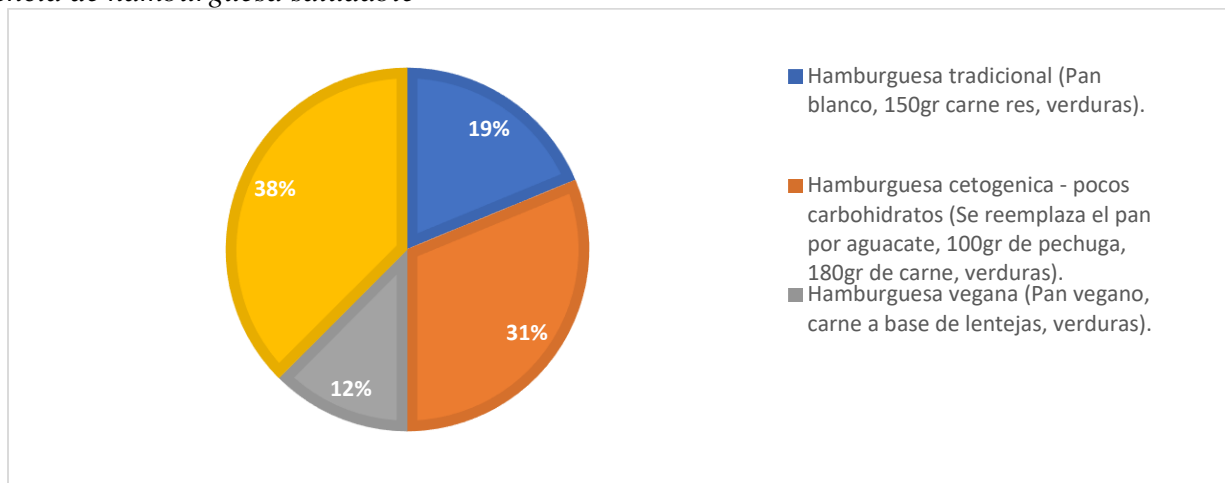
Tabla 10

Preferencia de hamburguesa saludable

Concepto	Personas	Porcentaje
Hamburguesa tradicional (Pan blanco, 150gr carne res, verduras).	62	19%
Hamburguesa cetogenica - pocos carbohidratos (Se reemplaza el pan por aguacate, 100gr de pechuga, 180gr de carne, verduras).	101	31%
Hamburguesa vegana (Pan vegano, carne a base de lentejas, verduras).	39	13%
Hamburguesa low carb – Baja en carbohidratos (Pan integral, 100gr de pechuga, 150gr carne de res magra.	124	38%
Total	327	100%

Figura 11

Preferencia de hamburguesa saludable



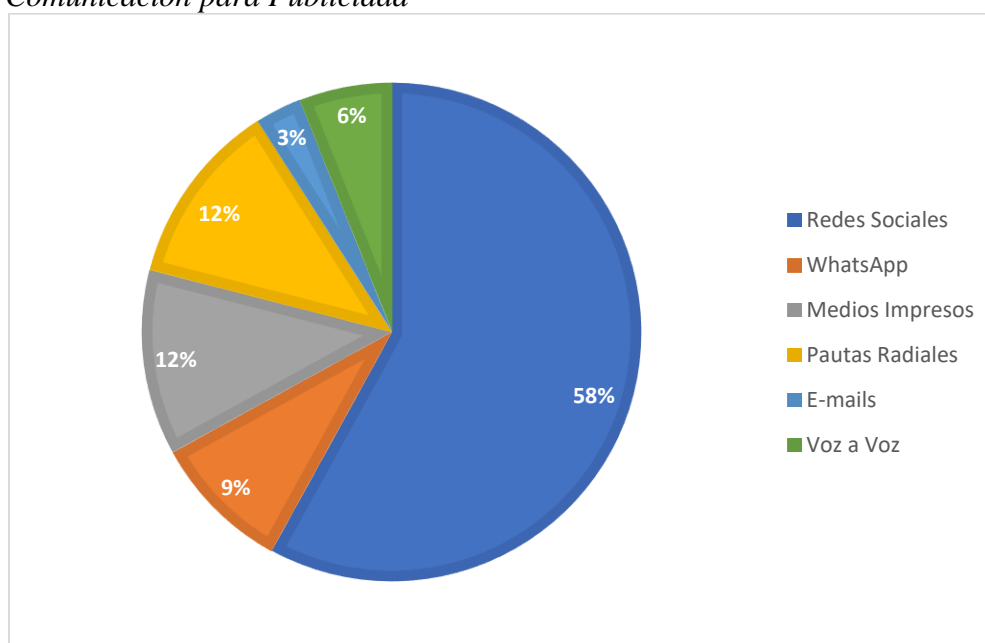
Con respecto a la preferencia de consumo frente a la oferta de hamburguesas, se pudo establecer que el 38% de la población de Barrancabermeja preferirían la hamburguesa low carb, seguida de la oferta de una hamburguesa cetogenica con un 31% de aceptación entre la población, la hamburguesa tradicional con un 12% y finalmente la vegana con un 19%. Este dato sirve para determinar la carta de productos a ofrecer y definir el producto mínimo viable

10. ¿Qué medio de comunicación prefiere para conocer nuevos emprendimientos y Restaurantes?

Tabla 11
Medios de Comunicación para Publicidad

<i>Concepto</i>	<i>Personas</i>	<i>Porcentaje</i>
Redes Sociales	204	58%
WhatsApp	32	9%
Medios Impresos	42	12%
Pautas Radiales	42	12%
E-mails	11	3%
Voz a Voz	21	6%
<i>Total</i>	352	100%

Figura 12
Medios de Comunicación para Publicidad



En la población del municipio de Barrancabermeja, hay preferencia por las redes sociales (58%) como medio de publicidad, un porcentaje, algo representativo; incluyen en sus preferencias los medios impresos (12%) y las pautas radiales (12%). En menor porcentaje se encuentra otros tipos de medios de publicidad como WhatsApp (9%), E-mails (3%) y la voz a voz (6%). El medio

de publicidad de mayor aceptación son las redes sociales. Para las estrategias de publicidad del restaurante de comidas rápidas saludables se recomienda adoptar los tres principales medios de preferencia y asignar el presupuesto de inversión de acuerdo con el nivel de aceptación

2.3.1 Estimación de la Demanda

De acuerdo con la información, recopilada del trabajo de campo aplicado a las personas entre 18 y 60 años de Barrancabermeja, se encontró que, del total de 121.540 personas, el 92% de ellos, es decir, 111.817 consumen comidas rápidas.

Según la pregunta 5, en promedio consumen comidas rápidas 37,4 veces en el año.

El número de personas en promedio que salen a comer es de 3,2

$111.817 \text{ personas} * 37.4 \text{ veces} * 3.2 \text{ personas} = 13.382.258,5 \text{ servicios en el año} * 47\% \text{ que consumen hamburguesas} = 6.289.661 \text{ hamburguesas al año}$

2.3.2 Estimación de la Demanda Efectiva.

Para la demanda potencial o intención de compra por las personas interesadas en comprar comida rápida, se toma en cuenta la investigación de mercados realizada al marco de personas encuestadas donde hace referencia la pregunta de si estaría dispuesto a consumir una alternativa saludable de comida rápida en la ciudad de Barrancabermeja, el 93% de las personas dijeron que consumirían:

$6.289.661 \text{ hamburguesas al año} * 0.93 = 5.849.385 \text{ Hamburguesas saludables al año}$

1.9.12 Proyección de la Demanda Para Los Próximos Cinco Años.

Teniendo en cuenta el parámetro de crecimiento anual del mercado gastronómico del 2% en promedio según cifras de Fedesarrollo (Tettay, 2021), y la técnica de valor presente a valor futuro, se proyecta la demanda total y la efectiva, así:

Tabla 12 *Proyección de la Demanda*

AÑO	DEMANDA ACTUAL PROYECTADA
1	6.415.454
2	6.543.763
3	6.674.639
4	6.808.131
5	6.944.294
AÑO	DEMANDA EFECTIVA PROYECTADA
1	5.966.373
2	6.085.700
3	6.207.414
4	6.331.562
5	6.458.194

1.10 Análisis de la Oferta

Tabla 13 Análisis de la competencia

Variables	Búfalo sentado	El garaje	Max búrguer
Descripción	Restaurante que ofrece Carnes, hamburguesas, picadas. Su especialidad es la carne de Búfalo en sus productos	Restaurante que ofrece Hamburguesas, patacones, perros, picadas, menú infantil, carnes.	Restaurante que ofrece variedad de comidas rápidas (hamburguesas, perros, carnes, desgranados, picadas), malteadas, jugos, cervezas, menú infantil, sándwich,
Localización	Calle 50 25-47, Barrancabermeja, Colombia	Carrera 19 con Avenida 58 A, Esquina Centro Comercial San Silvestre - Plazoleta de Comidas, Local 308, Barrancabermeja, Santander	Cra. 20 #49-30 Barrancabermeja, Colombia
Horarios de atención	Lunes a Domingo de 11:30 a.m. – 10:30 p.m.	Lunes a Domingo de 11:00 a.m. – 10:00 p.m.	Lunes a Domingo de 11:00 a.m. – 12:00 a.m.
Precios	\$10.000-\$18.600	\$20.000-\$46.000	\$19.500-\$34.500
Canal de comercialización	Venden en la tienda física y domicilio	Venden en la tienda física y domicilio	Venden en la tienda física y domicilio
Debilidades	Poca variedad Poca publicidad	Precios elevados	Aumento de precios continuo

		Solo hay un punto de venta. Poca publicidad	
Fortalezas	Precios económicos y asequibles. Carnes magras y bajas en calorías y alto aporte proteico al ser carne de búfalo.	Diversidad de productos.	Variedad de puntos de venta Constante innovación en productos. Comunicación constante con el cliente. Diversidad de productos. Publicidad constante al día.
Antigüedad	8 años	25 años	5 años
Estrategias de promoción	Solo anuncios en redes sociales	Redes sociales, página Web	Redes sociales, página Web, clientes VIP

Por medio del cuadro comparativo de la competencia se puede determinar que en el mercado el mayor competidor es Max Burger ya que es una marca con unos estándares de calidad altos, siendo una empresa eficiente y eficaz al mismo tiempo, en el mercado que se desenvuelve, por lo contrario Búfalo sentado es la que se encuentran mejor posicionadas por sus precios bajos, mas no por calidad y servicio ya que son empresas que manejan muy poca publicidad y poca innovación en sus productos, utilizar nuevos añadidos y salsas, lo que hace que resalte una marca sobre la otra.

1.11 Descripción del Producto o Servicio Mínimo Viable

1.11.1 Descripción, Usos y Especificaciones del Producto o del Servicio.

El restaurante Burger Healthy es un negocio donde se brindará los servicios y oferta de comida rápida o Fast Food a personas de la ciudad de Barrancabermeja. En un principio se pretende iniciar con hamburguesas, de las cuales se tienen tres opciones en concordancia con las sugerencias de los consumidores consultados sobre la opción de escoger alguna hamburguesa saludable ¿Cuál escogerías? En este podrán encontrar hamburguesas saludables como:

-Hamburguesa cetogenica (Aguacate que reemplaza al pan, 100gr de pechuga, 180gr de jugosa carne de res, verduras)

-Hamburguesa vegana (Pan vegano, carne de lentejas, verduras)

-Hamburguesa low carb – Baja en carbohidratos (Pan integral, 100gr de pechuga, 150gr carne de res magra y verduras)

Sin embargo para efectos de análisis de los estudios técnico y financiero se tendrá en cuenta la hamburguesa con mayor porcentaje de aceptación dentro de la población encuestada que consume hamburguesa, la cual sería la Hamburguesa Low-Carb.

1.11.2 Atributos Diferenciadores del Producto o del Servicio con Respecto a la Competencia.

Burger Healthy, se convierte en una opción de consumo deliciosa sin dejar de lado las necesidades propias del mercado objeto que es una alimentación saludable por lo cual el valor diferenciador la innovación, calidad y variedad del servicio.

1.12 Estructura de Comercialización y de Distribución

El canal para la comercialización y distribución de los productos será el directo, donde esto no implica la inclusión de intermediarios, y por el tipo de producto se quiere un contacto directo con el cliente en el punto de venta y domicilios.

1.12.1 Estrategia para Fijación de Precios

El sector gastronómico al cual pertenece el restaurante de comidas rápidas y el presente proyecto, generalmente se basa en los costos de los insumos y operación para la fijación de los precios ya que no existe un ente que los controle más allá que la oferta y la demanda. Se utilizará como base para fijación del precio final el margen sobre la estructura del costo de servicio.

1.12.2 Relacionamiento con los Clientes

1.12.2.1 Estrategias de Comunicación.

Para dar selección a las estrategias de comunicación se tuvieron en cuenta la preferencia del mercado objetivo, la cual de acuerdo con la respuesta dada en la pregunta 11: ¿Cómo le gustaría enterarse de nuevos emprendimientos o restaurantes? De lo cual respondieron que las redes sociales con el 62% es el medio por el cual prefieren recibir información.

Teniendo en cuenta lo anterior, se busca definir una estrategia de comunicación, donde aproveche el potencial que tienen en este momento las plataformas digitales y sociales como lo son Instagram, Facebook y Google, siendo una óptima oportunidad para aumentar el flujo de usuarios, llegando a ellos de una manera directa, con gestión oportuna y eficaz. Todo esto mediante la creación de un perfil atractivo del negocio, contenido atractivo, el establecimiento de promociones y descuentos de una manera constante al igual que la interacción con los seguidores, llevar una medición y análisis de los resultados la divulgación y pautas comerciales por redes y plataformas sociales, la apertura de una página Web. Así mismo se hará uso de mensajes promocionales vía e-mail y WhatsApp.

1.12.2.1.1 Presupuesto de Comunicación

El presupuesto de comunicación se basa principalmente en el desarrollo de una campaña comercial que consista en el diseño de Fan Pages en las diferentes redes sociales, así como el envío de mensajes promocionales vía e-mail y WhatsApp; ya que en la actualidad son los medios de comunicación usados por las personas y en los cuales se puede hacer de manera regular la promoción de la empresa con la divulgación de sus fortalezas, ventaja competitiva, experiencia de los clientes y promociones (Tabla 15) .

1.12.2.1.2 Presupuesto de Lanzamiento

A continuación, se presenta la distribución del presupuesto de lanzamiento donde se estipulan los rubros necesarios del presente proyecto, como se muestra en la Tabla 15:

Tabla 14 *Presupuesto de Lanzamiento*

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR
Logística lanzamiento productos	1	\$ 700.000	\$ 700.000
Volantes informativos	10.000	\$ 17,23	\$ 172.300
Evento inicial día de Inauguración (Sonido, decoración, pasabocas,souvenirs)	1	\$ 3.200.000	\$ 3.200.000
Logística lanzamiento productos	1	\$ 700.000	\$ 700.000
TOTAL			\$ 4.072.300

1.12.2.1.3 *Presupuesto de Operación*

Para la operación anual en términos de comunicación y relacionamiento de los clientes se calcula el siguiente presupuesto en la Tabla 15 y 16.

Tabla 15 *Presupuesto de Comunicación*

REDES/BUSCADORES	COSTO MENSUAL	PLAN DE PAUTA
Facebook	\$1.071.000	Plan Pyme Avanzado, controlando el presupuesto.
Instagram	\$163.380	Objetivo de Tráfico de hasta 60 clics estimados o interacciones
Google/Chrome	\$756.600	Limite mensual sujeto a modificaciones
TOTAL PRESPUESTO A INVERTIR EN REDES	\$ 1.990.980	

Tabla 16 *Presupuesto de Operación*

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Pautas en redes sociales	\$ 1.990.980	\$ 27.422.640
TOTAL	\$ 1.990.980	\$ 23.891.760

Estudio Técnico

1.13 Tipo de Proyecto

Teniendo en cuenta la naturaleza del proyecto y el tipo actividad económica que lo especifica como preparación y el expendio de alimentos a la carta y/o menú del día para consumo inmediato, por medio del servicio a la mesa, es de tipo servicio; en este caso es el de servicio y oferta de Comida Rápida Saludable

1.14 Desarrollo Operativo del Proyecto

1.14.1 Ficha Técnica del Producto Mínimo Viable.

En la Tabla 17, se observa la ficha técnica definida del producto mínimo viable:

Tabla 17 *Ficha Técnica del Producto Mínimo Viable*

BURGER HEALTHY



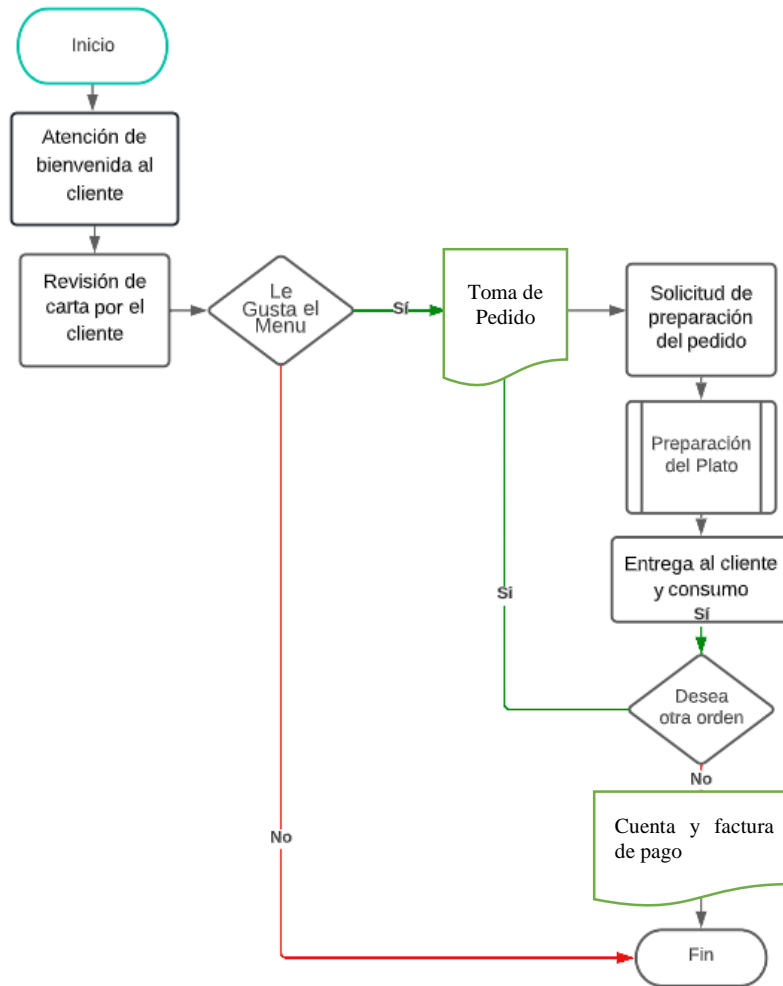
<p>Diseño:</p>	
<p>Denominación/nombre comercial del producto/servicio</p>	<p>Burger Healthy, Fast-Food Fitness</p>
<p>Denominación/nombre técnico del producto/servicio</p>	<p>Comida Rápida Saludable</p>
<p>Descripción general del producto/servicio</p>	<p>Las hamburguesas son alimentos procesados en forma de sándwich compuesta por carnes, vegetales y aditivos que forman una torre homogénea En Burger Healthy se podrán encontrar hamburguesas saludables como:</p>

	Hamburguesa low carb – Baja en carbohidratos (Pan integral, 100gr de pechuga, 150gr carne de res magra.
Objetivo del servicio	Satisfacer las necesidades y gustos de las personas que se preocupan por su salud, cuidado y aspecto físico, brindando también al cliente una posibilidad de una oferta gastronómica innovadora y deliciosa
Características organolépticas	Sabor: característicos de la carne, los vegetales agregados, condimentos, queso, sal y salsas adicionadas a elección Color: Rojo de la carne, y los colores de los vegetales agregados Olor: Carne, condimentos adicionados, leve olor ahumado
Especificaciones técnicas:	Hamburguesa low carb – Baja en carbohidratos: 1 unidad Pan Integral 150 gramos de carne de res magra. 100 gramos de Pechuga 10 gramos de lechuga 10 gramos de tomate 14 gramos de queso 5 gramos de Cebolla
Características físicas	Forma geométrica redonda aplanada, 12 cm de diámetro por 7 cm de espesor. presenta una consistencia Suave, compacta, paladeable, y característica a los vegetales adicionados, peso aproximado de 290 gr.
Condiciones de almacenamiento de los productos	Se debe almacenar los insumos para la elaboración en un lugar seco y fresco, cumpliendo las normas sanitarias y sin ninguna clase de contaminación física o biológica
Clientes/ usuarios/ consumidores	Personas entre 18 y 50 años ubicados en la ciudad de Barrancabermeja que quieran disfrutar de un plato delicioso y saludable
Requisitos del cliente	Personal técnico y profesional en gastronomía, insumos de calidad, maquinaria y herramientas adecuadas para la correcta elaboración de los productos y servicios, lugar agradable, disposición por parte del personal y una amplia variedad de productos adaptables a las necesidades y deseos de cada cliente.
Lugar de prestación del servicio o localización de producción	Ofrecer productos y servicios en un espacio moderno, distendido y vanguardista. Expresa no sólo un ambiente moderno, sino también un ambiente agradable y acogedor. Cuenta con instalaciones amplias y adecuadas, con el mobiliario y herramientas necesarias para prestar los servicios, ubicado en la ciudad de Barrancabermeja.

1.14.2 Descripción y Diagramación de Actividades Clave.

1.14.2.1 Servicio de Restaurante

1. Ingreso: entrada del cliente (acompañantes).
2. Atención de bienvenida al cliente: Desplazamiento del mesero a la mesa del cliente; saludo de bienvenida para el cliente; entrega de la carta del menú de hamburguesas.
3. Revisión de carta por el cliente: El cliente mira la carta del menú y escoge su producto.
4. Toma del pedido: Desplazamiento del mesero a la mesa del cliente, toma nota del pedido del cliente, recibe la carta por parte del cliente.
5. Solicitud de preparación del pedido: solicitud del mesero a la cocina.
6. Preparación del plato: El chef comienzan la etapa de preparación del pedido. Y lo dejan listo en la barra de entrega.
7. Consumo del pedido: entrega del producto final en la mesa por parte de los meseros al cliente.
8. Solicitud de un nuevo servicio: Opcional
9. Pago factura: El cliente realiza la entrega de dinero correspondiente.

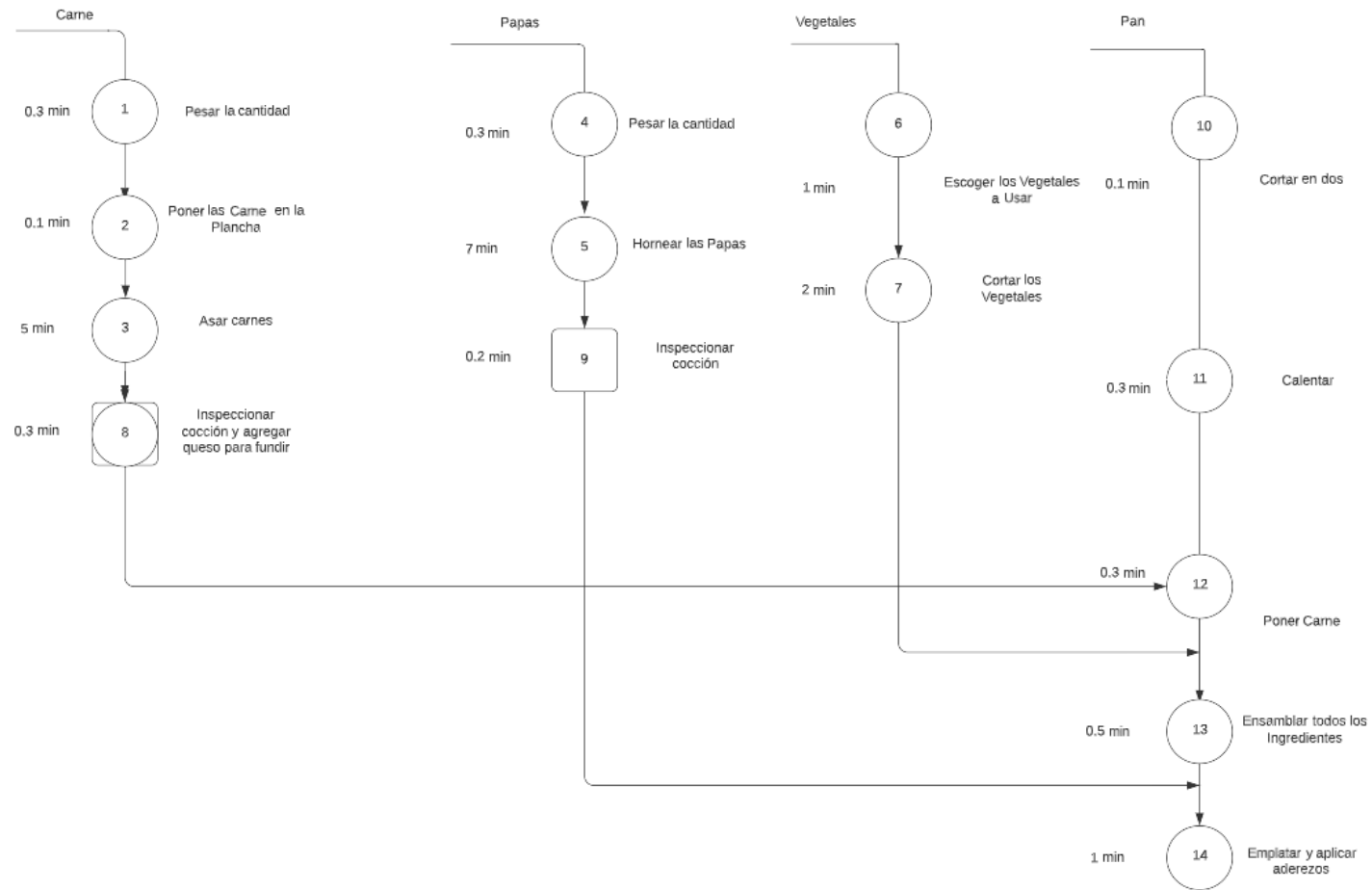
Figura 13 Diagrama de Actividades Clave Servicio

1.14.2.2 Preparación de la Hamburguesa

El proceso de producción inicia con la recepción de la orden, posteriormente se verifican las materias primas para la realización de la orden y se procede a calentar el pan o secar bien la lechuga, se coloca la carne y la pechuga en la parrilla para que se ase y simultáneamente se hornean las papas. Mientras esto se cocina, se lleva a cabo el picado de todos los ingredientes como verduras y complementos, una vez se encuentra todo listo son trasladados al área de ensamble, para después ser trasladada a la zona de emplatado junto con las papas. Luego son llevadas a la zona de almacenamiento para ser entregadas al cliente.

Figura 14 Diagrama de Actividades Clave Preparación Hamburguesa

Diagrama de Operaciones Preparación de Hamburguesa



Actividad	Cantidad	Tiempo (Min)
Operación	14	18''
Inspección	2	0.5''

1.14.3 Características del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (Sg-Sst).

El Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo para Burger Healthy será responsabilidad de cada uno de los colaboradores, las actividades de capacitación, brigadas de emergencias, primeros auxilios y evacuación, señalización, zonas de deporte, seguridad vial, dentro del campo de la Seguridad y Salud en el Trabajo serán herramientas básicas a utilizar dentro de la empresa.

Se podrán realizar actividades, planes y programas de manera conjunta con otras empresas o entidades de la misma actividad económica, zona geográfica o gremio, sin que una empresa o entidad asuma o reemplace las funciones u obligaciones que por ley le competen a otra.

Burger Healthy liderará y se comprometerá la aplicación de los estándares mínimos y la elaboración, ejecución y seguimiento del plan de trabajo anual, así como con el cumplimiento en la ejecución de las auditorías internas para identificar fallas y oportunidades de mejora al interior del Sistema de Gestión de SST.

Los estándares mínimos a cumplir son:

1. Afiliación al Sistema de Seguridad Social Integral.
2. Programa de capacitación en SST.
3. Plan anual de trabajo.
4. Evaluaciones médicas Ocupacionales.
5. Identificación de peligros, evaluación y valoración de riesgos.
6. Asignación de recursos para el Sistema de Gestión de SST.
7. Definición de Política de Seguridad y Salud en el trabajo.
8. Archivo y retención documental del Sistema de Gestión de SST.
9. Actividades de medicina del trabajo y de prevención y promoción de la Salud.

10. Reporte de accidentes de trabajo y enfermedades laborales.
11. Mantenimiento periódico de instalaciones, equipos, máquinas y herramientas.
12. Entrega de los elementos de protección personal –EPP y capacitación en uso adecuado.
13. Plan de prevención, preparación y respuesta ante emergencias.
14. Brigada de prevención, preparación y respuesta ante emergencias.

Se revisó con las empresas FASEM y SG-SST los costos asociados al diseño e implementación de un sistema de gestión y se encontró que de acuerdo con el número de empleados y los requerimientos de la empresa se cancelaría \$ 1.299.900 por tal servicio (Ver Cotización Anexo C).

Rubro	Valores
Diseño	\$ 900.900
Mantenimiento mensual	\$ 399.000

1.14.4 Análisis Ambiental.

Según la naturaleza del proyecto los factores del medio ambiente a estudiar con mayor rigor son las emisiones de gases, vertimiento y calidad (consumo y disposición responsable) de agua, residuos, ruidos ambientales y olores, ya que se deben centrar los esfuerzos económico-técnicos en mitigar los impactos al medio ambiente que realmente se pueden ver afectados por el tipo de actividad económica. A partir de allí se consultó con un Ingeniero Ambiental el cual proporciono un valor de \$3.500.000 anual el cual incluye medidas de manejo ambiental a través de fichas o protocolos aplicables al desarrollo adecuado de la actividad económica, ver cotización en el Anexo D.

Rubro	Valores
Evaluación de Impacto Ambiental	\$ 1.800.000
Prevención y Mitigación	\$ 1.200.000
Manejo de Desechos	\$ 500.000

1.14.5 Recursos Clave.

Para la puesta en marcha del restaurante de comida Rápida Saludable Burger Healthy se relacionan los recursos necesarios de acuerdo con el objeto social del proyecto y sus requerimientos

1.14.5.1 Talento Humano.

El talento humano requerido para el funcionamiento del restaurante se especifica en la Tabla 18

Tabla 18 Recursos Clave de Talento Humano

CARGO	ÁREA	TIPO DE CONTRATO	Nº PUESTOS
Gerente	Administrativa	Indefinido	1
Servicios Generales	Administrativa	Indefinido	1
Jefe de Cocina	Operativa	Indefinido	1
Parrillero	Operativa	Indefinido	1
Aux de Cocina	Operativa	Indefinido	1
Mesero	Servicio al Cliente	Indefinido	2
contador	Administrativa	Prestación de servicios	1

1.14.5.2 Infraestructura.

En la Tabla 19 se detalla los recursos clave de infraestructura necesarios para todas las áreas funcionales de la empresa, ver cotizaciones Anexo E.

Tabla 19. Recursos Claves de Infraestructura

Equipo de oficina		
ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES GENERALES
Silla Giratoria de Oficina	1	Silla Para oficina IA Ergonómica OR -3325 Blanco
Escritorio	1	Escritorio L con Archivador

Sistema de manejo Inventario y registradora	1	Sistema Pos Facturación E Inventarios Registradora Completo
Silla de oficina	2	Silla Roma Plastihogar, Polipropileno (Plástico) y madera
Mueble Mostrador Punto De Pago	1	Mueble puesto de pago en mdf enchapado en fórmica blanca y negra 2102- 0.6 m x 1.1 m x 1.5 m

Equipo de computación y comunicación

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES GENERALES
Computadores	2	Computador All In One LENOVO 23,8" Pulgadas AIO 3 - AMD Ryzen 5 - RAM 8GB - Disco SSD 512GB - Blanco
Teléfono	1	Teléfono Inalámbrico Vtech Dect 6.0 Altavoz
Celular	1	Celular XIAOMI Redmi Note 11 4GB+128GB Gris

Maquinaria y equipo

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES
Estufa Industrial	1	Estufa con parrilla, plancha y freidora doble
Horno	1	Horno De Panadería 2 Puertas
Nevera Industrial	1	Enfriador Vertical Inducol Vv-sl-25bl1cdlp
Mesa de trabajo Industrial	2	Mesas en aluminio para trabajo
Extractor de humo	1	Extractor en aluminio
Estantería	2	Estantería De Metal Color Plateado/5 Niveles.
Barra	1	Barra Mostrador En Madera Doble Servicio Restaurantes
Sistema de Sonido	1	Parlantes YAMAHA 5.1 NS-P41 Negro
Televisor	1	Televisor Samsung 55 Pulgadas Crystal UHD 4K Ultra HD Smart TV
Equipo de vigilancia	1	Kit DVR 8 Cámaras Full HD 1080P Acceso Remoto
Aire Acondicionado	2	Aire Acondicionado HACEB 9000 BTU Tipo Split Inverter 110V Blanco
Bascula	1	Bascula Electrónica Balanza Digital Pesa 40 Kg Pesa 1 A 1gr

Muebles y enseres operativos o de producción

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES
Sillas	60	Sillas Roma Blanca Plastihogar
Mesas	15	Mesas cuadradas de 4 Puestos, Mesa Art

Mueble en L	1	Sala En L Boris Izquierdo Ecocuero Negro Marca Sofá Market
Mesa Ovalada	1	Mesa dDominga 45x110x60cm Natural
Sillas Auxiliares	1	Poltrona Tela Astron para la zona de recibidor
Mesa de Centro	1	Mesa Auxiliar Alta Ovalada Amur Negro
Botiquín y extintor	1	Extintor 10 Libras + Botiquín + Soporte L + Señalizaciones
Juego cuchillos	1	Set de Cuchillos Tramontina 7 Piezas
Tenedor mesa	100	Tenedores De Mesa Tramontina Para Restaurante
Cuchillo mesa	100	Cuchillos De Mesa Tramontina Para Restaurante
Pinzas	5	Pinza Profesional Multiuso Trabajo Pesado Acero Inox Restaur
Bowl	2	Set X 3 Bowl Home Elements Acero Inoxidable Base Antidesilicona Coppe
Plato pando cuadrado	100	Plato Plástico Cuadrado Negro 22.3 X 22.3X3Cm Novum
Recipientes Organizadores	1	Juego De Recipientes Herméticos Para Alimentos, 15 Unidades Vtopmart
Recipientes de almacenamiento	1	Recipientes plásticos por 10 unidades Electrolux
Batería de Ollas	1	Batería de Cocina 7 Piezas + Calderos 20 cm + 24 cm UNIVERSAL Antiadherente Tapa de Vidrio
Juego sartenes	1	Kombo IMUSA 2 Sartenes 18 cm y 24 cm + Plancha 27 cm Talent
Tabla Picadora	2	Tabla Rectangular 35 x 25 cm Bambú

1.14.5.3 Materiales, Insumos o Mercancías.

En la Tabla 20 y 21 se especifican los materiales e insumos necesarios para el primer año de funcionamiento del restaurante

Tabla 20 *Insumos Directos*

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD POR UNIDAD	CANTIDAD AÑO 1
Carne de Res	Kilogramo	0,150	2.098
Pechuga - Pollo	Kilogramo	0,10	1.398
Queso Mozzarella	Kilogramo	0,014	196

Tomate	Kilogramo	0,01	140
Cebolla Cabezona Blanca	Kilogramo	0,01	70
Pan	Unidad	1,00	13.985
Papa Pastusa	Kilogramo	0,10	1.398
Lechuga Romana	Kilogramo	0,01	140

Tabla 21 *Insumos Indirectos*

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD POR UNIDAD	CANTIDAD AÑO 1
Empaques Para alimentos Earth Pact	Unidad	1,0000	13.985
Bolsas de Papel	Unidad	1,0000	13.985
Papel Parafinado	Unidad	1,0000	13.985
Servilletas	Unidad	3,0000	41.954
Palillos	Unidad	1,0000	13.985
Aceite	Litro	0,05	699
Condimentos	Gramos	1,0000	13.985
Salsa de Tomate	Gramos	3,0000	41.954
Salsa Mayonesa	Gramos	3,0000	41.954
Salsa Showy	Gramos	3,0000	41.954

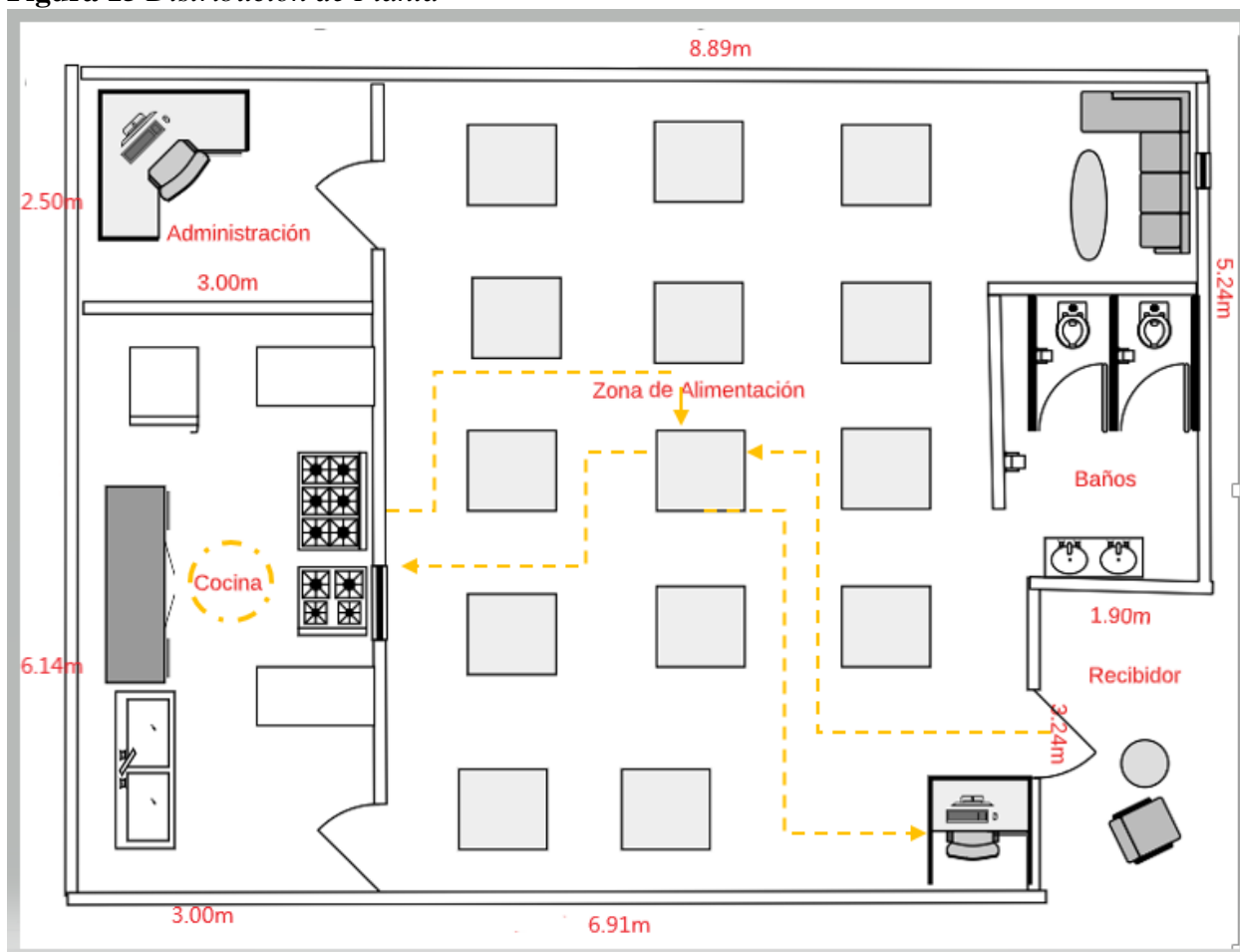
3.2.6 Distribución de Planta.

La planta física se distribuye con base al local a tomar en arriendo y de acuerdo con la estructura se realizarán remodelaciones para un mejor aprovechamiento de los espacios existentes. La estructura cuenta con el área de comedores, un área de cocina, área administrativa, un recibidor y zona de baños con un área total de 100 m².

Tabla 22
Área por Sección

Sección	Área
Administración	7.5 m ²
Cocina	18.42 m ²
Zona de Alimentación	63.03 m ²
Baños	6.6 m ²
Recepción	4.45 m ²

Figura 15 *Distribución de Planta*



1.14.6 Localización.

1.14.6.1 Macro Localización.

El proyecto estará ubicado en el municipio de Barrancabermeja en el departamento de Santander. Se decide esta ubicación debido a la facilidad de inversión por parte de la autora del proyecto en cuanto a la disponibilidad de recursos y/o apoyo económico brindado por familiares que residen en este municipio y de igual forma se considera un buen mercado para emprender debido a la falta de negocios de comidas rápidas que puedan ofrecer este tipo de productos saludables e innovadores.

1.14.6.2 Micro Localización.

La ubicación óptima del proyecto está dirigida en enorme medida a obtener un precio unitario óptimo que posibilite brindar un servicio de calidad a un costo asequible; para examinar los beneficios y desventajas que puede tener la localización viable del restaurante se implementó la técnica de puntos de ponderados y así conocer cual podría ser la tasa de productividad viable sobre el capital, por esta razón se determinan ciertos factores que tienen la posibilidad de apoyar o influir la localización del restaurante asignando a todos ellos un peso ponderado según su importancia.

Así, se estudiaron 3 posibilidades de localización en los barrios Colombia (1), San Silvestre (2) y Galán (3), teniendo presente que por proyecto de ordenamiento territorial se encuentren autorizadas para esta actividad.

Tabla 23 *Calificación ponderada para la localización óptima del Restaurante*

FACTOR	PESO	CALIFICACIÓN		
		UBICACIÓN 1	UBICACIÓN 2	UBICACIÓN 3
Necesidad de remodelación	15%	5,00	4,50	3,00
Área disponible	25%	8,00	6,00	9,00
Zona de parqueo	20%	3,00	2,00	2,00
Canon de arrendamiento	10%	10,00	6,00	5,00
Facilidad de acceso para clientes	30%	10,00	9,00	9,00
TOTALES	100%	7,35	5,88	6,30

Nota. La puntuación fue dada de acuerdo con la importancia de cada factor siendo 10 el valor más alto y 1 el más bajo.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la Tabla 23 el lugar que mejor se acomoda a los requerimientos y necesidades, cumpliendo con una puntuación de 7,35 en los factores determinados para la ubicación óptima del restaurante está en el barrio Colombia. Por consiguiente, este lugar sería el mejor para la ubicación del Restaurante de comida Saludable.

1.14.7 Control de Calidad.

A fin de garantizar la calidad de los productos y servicios, en Burger Healthy se establecen los requisitos necesarios que va enmarcados en:

1. Buenas prácticas de manufactura tales como la limpieza en la manipulación, preparación, envasado, almacenamiento, entrega de alimentos aptos para el consumo humano, con el fin de asegurar que los productos se fabriquen en condiciones sanitarias idóneas y se reduzcan los peligros inherentes a la producción.
2. Detectar peligros de contaminación (Químicos, físicos y/o biológicos). Por igual, se evita toda clase de mal almacenamiento de los alimentos y control de plagas que puedan atentar en la salud de los clientes.
3. Prestar un servicio correcto con estándares de calidad, personal calificado en atención y buenas prácticas, protegiendo además los derechos de los usuarios.
4. Controlar la calidad el servicio y producto a través de:
 - I. Definir las características básicas del producto y el servicio a través de una lista de chequeo, donde se especifica si cumplen con todos los pasos del producto
 - II. Establecer los procesos implicados y su estandarización. Inicialmente a través de una hoja de chequeo para la adquisición de materia prima y durante y al final del proceso productivo verificar los procesos mediante indicadores de gestión
 - III. Mejora continua, se consulta con los clientes a través de una encuesta pequeña y un buzón de sugerencias las falencias y las recomendaciones para estar en constante retroalimentación para la mejora

1.15 Capacidad del Proyecto

1.15.1 Capacidad Total Diseñada por la Línea de Producto o Servicio.

Es la capacidad o volumen de servicios que se pueden llegar a tener el restaurante, para este caso se considerará un área para 15 mesas de cuatro puestos (60 sillas) y un sofá con capacidad para 4 comensales distribuidos así para la prestación del servicio. La capacidad se diseña con una jornada laboral de 7 horas al día.

Entonces, la capacidad teniendo en cuenta la acomodación es:

$$\text{Servicios Día} = \frac{7 \text{ horas/día}}{1 \text{ hora/servicio}} = 7 \text{ Servicios por día}$$

$$64 \text{ personas} \times 7 \text{ Servicios/día} \times 365 \text{ días/año} = 163.520 \text{ servicios en el año}$$

La capacidad teniendo en cuenta la mano de obra directa es:

Los Horarios de prestación del servicio son de lunes a domingo de 4:00 p.m. a 11:00 p.m., el tiempo aproximado de preparación de la hamburguesa es de 18.5" minutos.

- Número de empleados: 3
- Horas laboradas por turno: 7
- Número de turnos: 1

$$\text{Días laborados al año: } 365 \text{ días año} - 52 \text{ días de descanso por ley} = 313 \text{ días}$$

Se calcula la capacidad de la siguiente manera

$$\text{Tiempo de Preparación de Hamburguesa } 18.5" \text{ minutos} = 0.30 \text{ horas}$$

$$\text{Hamburguesas Día} = \frac{7 \text{ horas/día}}{0.30 \text{ horas/hamburguesa}} = 23.3 \text{ Hamburguesas por día}$$

$$\text{Capacidad Diseñada: } 313 \text{ días} \times 3 \text{ personas} \times 23.3 \text{ Hamburguesas/Día} = 21.864 \text{ Hamburguesas /año}$$

Al calcular la capacidad teniendo en cuenta la mano de obra directa es menor a la capacidad de acomodación en el restaurante, por tanto, la capacidad del proyecto se realizará teniendo en cuenta el recurso humano con el que cuenta el emprendimiento.

1.15.2 Capacidad Instalada.

Teniendo en cuenta la capacidad diseñada, las horas de jornada laboral, los días y meses en los que se prestará el servicio. Se estima de la siguiente manera de los 365 días el año 52 son domingos, 18 festivos, en promedio 3 días de incapacidad en el año x empleado.

Entonces: 365 días año- 52 domingos- 18 festivos – 9 días incapacidad =286 días laborales al año.

286 días laborales al año x 3 personas x 23.3 Hamburguesas/Día

Capacidad Instalada= 19.978 Hamburguesas/año

1.15.3 Capacidad Utilizada y Proyectada.

Según cifras de Euromonitor citado en La Republica (2021), el consumo de hamburguesas aumentó 34 % en 2020 con respecto a 2019; sin embargo, partiendo del hecho que no se logrará la máxima capacidad todo el tiempo de funcionamiento, así mismo teniendo en cuenta el crecimiento inflacionario el porcentaje para el cálculo de la proyección se calcula en un 3% en porcentaje de utilización de su capacidad instalada anualmente.

Tabla 24. *Capacidad Utilizada y Proyectada*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad diseñada	21.879				
Capacidad instalada	19.978	19.978	19.978	19.978	19.978
Porcentaje de utilización de la Capacidad instalada	70%	73%	76%	79%	82%
Capacidad utilizada y proyectada	13.985	14.584	15.183	15.783	16.382
Porcentaje de Participación en el mercado	0,23%	0,24%	0,24%	0,25%	0,25%

Estudio Administrativo

1.16 Forma de Constitución

El tipo de empresa a constituir es una Sociedad de Acciones Simplificada SAS creada en Colombia por la ley 1258 de 2008, la cual se define como: “una sociedad de capitales, de naturaleza comercial que puede constituirse mediante contrato o acto unilateral y que constará en documento privado. El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación deberá hacerse directamente o a través de apoderado” (Cámara de Comercio, 2019).

Se escoge este tipo de sociedad ya que permite la constitución por varias personas naturales o jurídicas, y cuenta con diversas ventajas que facilitan el inicio e implementación de la actividad empresarial, uno de los beneficios que aporta este tipo de sociedad es que debido a que el objeto social puede ser indeterminado, la responsabilidad de los socios llegan hasta el aporte del capital, ya que una vez inscrita en el registro mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas. Así mismo, la SAS se puede constituir sin necesidad de pagar ninguna suma en el momento de crearla. El capital pagado puede ser cero, y proporciona beneficios tributarios lo que permite simplificar trámites e iniciar con un bajo presupuesto.

1.17 Estructura Organizacional

1.17.1 Misión.

Burger Healthy, Fast-Food Fitness es una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de comidas rápidas saludable que busca satisfacer las necesidades y gustos gastronómicos de los clientes, ofreciendo alimentos saludables que pueden ser consumidos por todos en pro de mejorar la calidad de vida, en un ambiente seguro, agradable y familiar a un precio justo.

1.17.2 Visión.

Burger Healthy, Fast-Food Fitness para el año 2027 será una empresa líder en la industria de la comida saludable a nivel de la región del Magdalena Medio, basados en una alimentación equilibrada y saludable. Buscando siempre la actualización permanente de las nuevas tendencias de alimentación, la mejora continua de los procesos y la cultura del trabajo en equipo, mediante una comunicación ágil, eficaz y tecnológicamente avanzada, consolidándose como un restaurante comprometido con la ética profesional, brindando apoyo, resoluciones y respuestas efectivas y oportunas según las necesidades y requerimientos de los consumidores, empleados y aliados

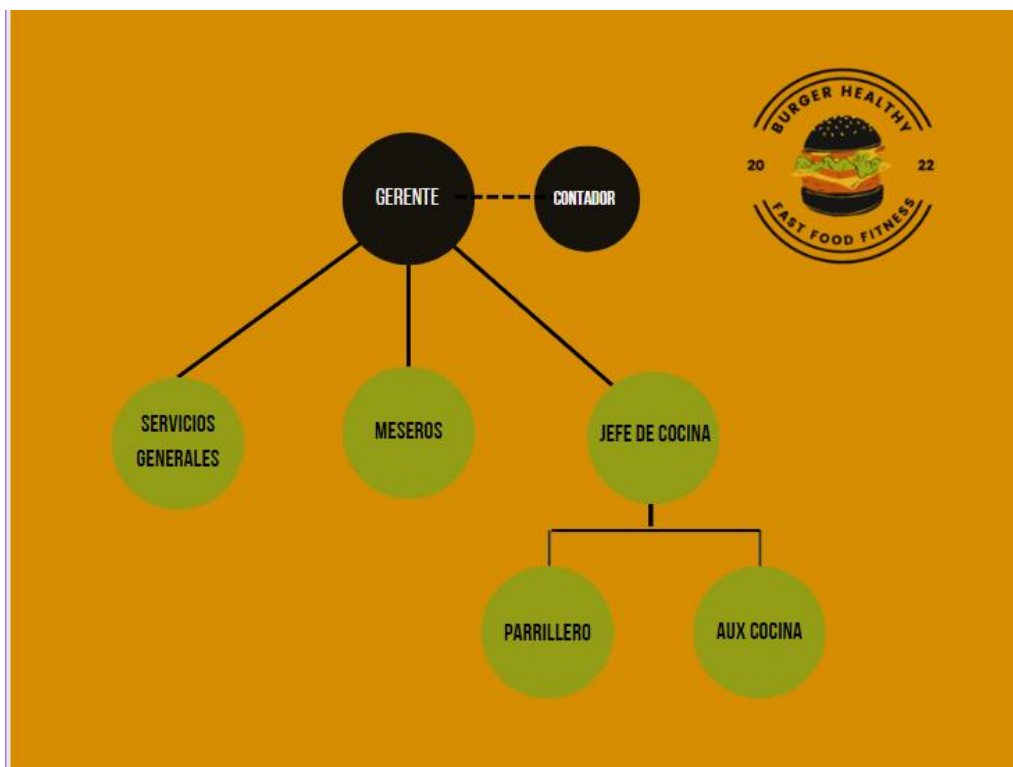
1.17.3 Valores Corporativos.

1. Calidad: Brindar el servicio con gran rapidez y de alta calidad
2. Responsabilidad Social: Concientizar a las personas sobre el consumo responsable y hábitos alimenticios saludables, dando ejemplo de ello
3. Equidad: Reducir los costos de operación mediante el empleo eficiente y eficaz de los recursos para ofrecer precios asequibles
4. Honestidad: Cumplir con la promesa de valor
5. Trabajo en Equipo: Apoyo en el equipo de trabajo en busca de alcanzar los objetivos
6. Actitud de Servicio: Tener siempre una buena actitud en el entorno de trabajo y estar prestos a servir a quien lo necesite

1.17.4 Organigrama.

En el organigrama se presenta de manera formal la estructura de jerarquía de Burger Healthy, Fast-Food Fitness distribuida por áreas de operación y se presentan los cargos específicos

Figura 16 Organigrama de la Empresa



1.17.5 Asignación Salarial.

La asignación básica mensual para cada empleado se realiza de acuerdo con la complejidad y responsabilidad inherente al ejercicio de sus funciones. En este sentido, Se determina la asignación salarial de cada puesto de trabajo en la Tabla 26.

Tabla 25 Asignación Salarial

CARGO	SUELDO	SUBSIDIO TRANSPORTE	ÁREA	TIPO DE CONTRATO	Nº PUESTOS
Administrador	\$ 2.000.000	\$ 140.606	Administrativa	Indefinido	1
Contador	\$ 600000		Administrativa	Prestación servicios	1
Jefe de Cocina	\$ 1.800.000	\$ 140.606	Operativa	Indefinido	1
Parrillero	\$ 1.500.000	\$ 140.606	Operativa	Indefinido	1
Aux de Cocina	\$ 1.160.000	\$ 140.606	Operativa	Indefinido	1
Meseros	\$ 1.160.000	\$ 140.606	Operativa	Indefinido	2

Tabla 26*Carga Prestacional*

Cesantías	8,333%
Intereses a las Cesantías	1,000%
Prima de servicios	8,333%
Vacaciones	4,167%
Salud	8,500%
Pensión	12,000%
ARL	0,500%
Caja de compensación	4,000%
Dotación	5,000%

Estudio Financiero**1.18 Inversiones Fija y Diferida**

Las inversiones las constituyen el conjunto de aportes necesarios para la adquisición de bienes y servicios necesarios para la implementación del restaurante y así dotarlo de su capacidad operativa.

1.18.1 Inversión Fija

Está compuesta por todos los activos tangibles requeridos para poner en funcionamiento el restaurante, como son: La maquinaria y equipos, los muebles y enseres, los equipos de oficina y utensilios, para la prestación del servicio.

Tabla 27 Equipo de oficina

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Silla Giratoria de Oficina	1	\$ 170.000	\$ 170.000	\$ 34.000
Escritorio	1	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 160.000
Sistema de manejo Inventario y registradora	1	\$ 1.489.900	\$ 1.489.900	\$ 297.980
Silla de oficina	2	\$ 99.900	\$ 199.800	\$ 39.960
Mueble Mostrador Punto De Pago	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 240.000
TOTALES			\$ 3.859.700	\$ 771.940

Tabla 28 *Equipo de computación y comunicación*

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Computadores	1	\$ 3.400.000	\$ 3.400.000	\$ 680.000
Teléfono	1	\$ 134.800	\$ 134.800	\$ 26.960
Celular	1	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 180.000
				\$ 0
TOTALES			\$ 4.434.800	\$ 886.960

Tabla 29 *Maquinaria y equipo*

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Estufa Industrial	1	\$ 1.700.000	\$ 1.700.000	\$ 340.000
Horno	1	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 150.000
Nevera Industrial	1	\$ 5.200.000	\$ 5.200.000	\$ 1.040.000
Mesa de trabajo Industrial	2	\$ 1.210.000	\$ 2.420.000	\$ 484.000
Extractor de humo	1	\$ 3.935.000	\$ 3.935.000	\$ 787.000
Estantería	2	\$ 1.531.097	\$ 3.062.194	\$ 612.439
Barra	1	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 150.000
Sistema de Sonido	1	\$ 1.150.000	\$ 1.150.000	\$ 230.000
Televisor	1	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000	\$ 520.000
Bascula	1	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 30.000
Equipo de vigilancia	1	\$ 1.839.900	\$ 1.839.900	\$ 367.980
Aire Acondicionado	2	\$ 1.523.300	\$ 3.046.600	\$ 609.320
TOTALES			\$ 26.603.694	\$ 5.320.739

Tabla 30 *Muebles y enseres operativos o de producción*

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Sillas	60	\$ 94.900	\$ 5.694.000	\$ 1.138.800
Mesas	15	\$ 349.900	\$ 5.248.500	\$ 1.049.700
Mueble en L	1	\$ 1.700.000	\$ 1.700.000	\$ 340.000
Mesa Ovalada	1	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 60.000
Sillas Auxiliares	2	\$ 450.000	\$ 900.000	\$ 180.000
Mesa de Centro	1	\$ 195.900	\$ 195.900	\$ 39.180
Botiquin y extintor	1	\$ 110.000	\$ 110.000	\$ 22.000
Juego cuchillos	1	\$ 140.000	\$ 140.000	\$ 28.000
Tenedor mesa	100	\$ 1.900	\$ 190.000	\$ 38.000
Cuchillo mesa	100	\$ 1.900	\$ 190.000	\$ 38.000
Pinzas	5	\$ 17.300	\$ 86.500	\$ 17.300
Bowl	2	\$ 100.900	\$ 201.800	\$ 40.360
Plato pando cuadrado	100	\$ 3.500	\$ 350.000	\$ 70.000
Recipientes Organizadores	1	\$ 303.515	\$ 303.515	\$ 60.703
Recipientes de almacenamiento	1	\$ 79.900	\$ 79.900	\$ 15.980
Batería de Ollas	1	\$ 226.700	\$ 226.700	\$ 45.340
Juego sartenes	1	\$ 100.200	\$ 100.200	\$ 20.040

Tabla Picadora	2	\$ 55.000	\$ 110.000	\$ 22.000
TOTALES			\$ 16.127.015	\$ 3.225.403

Tabla 31 Inversión Fija

ACTIVO	VALOR TOTAL
Equipo de oficina	\$ 3.859.700
Equipo de computación y comunicación	\$ 4.434.800
Maquinaria y equipo	\$ 26.603.694
Terreno	\$ 0
Construcciones y edificaciones	\$ 0
Muebles y enseres operativos	\$ 16.127.015
Herramientas, repuestos y accesorios	\$ 0
Inventario de mercancía	\$ 0
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 51.025.209

1.18.2 Inversión Diferida.

Está integrada de todos los costos y/o gastos necesarios de aquellas intangibles iniciales a la operación en los cuales el restaurante tendrá que incurrir antes de empezar su operación, cada uno de estos se muestran en la Tabla 33

Tabla 32 Inversión Diferida

CONCEPTO	VALOR
Estudio de Factibilidad	\$ 1.250.000
Registro sanitario	\$ 3.666.466
Escritura de Constitución	\$ 250.000
Registro de libros y documentos	\$ 57.600
Estudio impacto ambiental	\$ 3.500.000
Diseño del SG-SST	\$ 1.299.000
Software contable	\$ 1.500.000
Adecuaciones-Remodelaciones	\$ 12.000.000
Publicidad Lanzamiento	\$ 4.072.300
Diseño de identidad corporativa	\$ 450.000
Diseño del sitio web o tienda virtual	\$ 1.667.844
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	\$ 29.713.210
Amortización anual	\$ 5.942.642
Amortización mensual	\$ 495.220

1.19 Costos y Gastos

Dentro de los costos y gastos a evidenciar se encuentran cada una de las erogaciones involucradas en el proceso productivo

1.19.1 Costos de Producción

Se describen todos los costos en los cuales se incurren para llevar a cabo el proceso productivo durante un año de operación:

Tabla 33 Prorratio Costos y Gastos

RUBRO	PORCENTAJE COSTO	PORCENTAJE GAV	VALOR MES
Arriendo	90%	10%	\$ 1.500.000
Acueducto	100%	0%	\$ 200.000
Energía	80%	20%	\$ 700.000
Gas	100%	0%	\$ 82.000
Teléfono	60%	40%	\$ 100.000
Depreciación Construcciones y edificaciones		100%	\$ 0
Mitigación impacto ambiental	50%	50%	\$ 70.000
Internet	50%	50%	\$ 100.000
Seguros	80%	20%	\$ 120.000

1.19.1.1 Costos Fijos

Tabla 34 Costos Fijos

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
Arriendo	\$ 1.350.000	\$ 16.200.000
Seguros	\$ 96.000	\$ 1.152.000
Teléfono	\$ 60.000	\$ 720.000
Internet	\$ 50.000	\$ 600.000
Mitigación impacto ambiental	\$ 35.000	\$ 420.000
Depreciación operativa	\$ 712.178	\$ 8.546.142
Otro	\$ 0	\$ 0
TOTALES	\$ 2.303.178	\$ 27.638.142

1.19.1.2 Costos Variables

Los costos variables se ven afectados o modificados de acuerdo con las fluctuaciones en el volumen de producción. Es decir, si el nivel de producción baja, ese costo baja, mientras que si el

nivel de actividad sube este aumenta.

Tabla 35 Nómina operativa (MOD)

CARGO	PORCENTAJE	Jefe de Cocina	Parrillero	Aux de Cocina
SUELDO		\$ 1.800.000	\$ 1.500.000	\$ 1.160.000
SUB.TRANSP		\$ 140.606	\$ 140.606	\$ 140.606
Cesantías	8,333%	\$ 161.711	\$ 136.712	\$ 108.379
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 19.406	\$ 16.406	\$ 13.006
Prima de servicios	8,333%	\$ 161.711	\$ 136.712	\$ 108.379
Vacaciones	4,167%	\$ 80.855	\$ 68.356	\$ 54.190
Salud	8,500%	\$ 153.000	\$ 127.500	\$ 98.600
Pensión	12,000%	\$ 216.000	\$ 180.000	\$ 139.200
ARL	0,500%	\$ 9.000	\$ 7.500	\$ 5.800
SENA		\$ 0	\$ 0	\$ 0
ICBF		\$ 0	\$ 0	\$ 0
Caja de compensación	4,000%	\$ 72.000	\$ 60.000	\$ 46.400
Dotación	5,000%	\$ 90.000	\$ 75.000	\$ 58.000
SALARIO REAL		\$ 2.904.289	\$ 2.448.791	\$ 1.932.561
Nº DE PUESTOS		1	1	1
COSTO TOTAL MOD	\$ 87.427.691	\$ 34.851.466	\$ 29.385.496	\$ 23.190.730

Tabla 36 Insumos o Materias Primas

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Carne de Res	Kilogramo	2.098	\$ 16.000	\$ 33.563.040
Pechuga - Pollo	Kilogramo	1.398	\$ 10.000	\$ 13.984.600
Queso Mozzarella	Kilogramo	196	\$ 12.000	\$ 2.349.413
Tomate	Kilogramo	140	\$ 4.000	\$ 559.384
Cebolla Cabezona Blanca	Kilogramo	70	\$ 2.000	\$ 139.846
Pan	Unidad	13.985	\$ 715	\$ 9.998.989
Papa Pastusa	Kilogramo	1.398	\$ 4.000	\$ 5.593.840
Lechuga Romana	Kilogramo	140	\$ 4.000	\$ 559.384
COSTO TOTAL ISNUMOS O MATERIA PRIMA				\$ 66.748.496

Tabla 37 Materiales Indirectos de Fabricación

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Empaques Para alimentos Earth Pact	Unidad	13.985	\$ 662	\$ 9.257.805
Bolsas de Papel	Unidad	13.985	\$ 105	\$ 1.468.383
Papel Parafinado	Unidad	13.985	\$ 113	\$ 1.580.260
Servilletas	Unidad	41.954	\$ 14	\$ 595.744

Palillos	Unidad	13.985	\$ 10	\$ 132.854
Aceite	Litro	699	\$ 551	\$ 385.276
Condimentos	Gramos	13.985	\$ 30	\$ 419.538
Salsa de tomate	Gramos	41.954	\$ 28	\$ 1.174.706
Mayonesa	Gramos	41.954	\$ 14	\$ 587.353
Salsa Showy	Gramos	41.954	\$ 35	\$ 1.468.383
COSTO TOTAL MATERIALES INDIRECTOS				\$ 17.070.302

Tabla 38 Total Costos Variables

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
MOD	\$ 7.285.641	\$ 87.427.691
Materiales directos	\$ 5.562.375	\$ 66.748.496
Materiales indirectos	\$ 1.422.525	\$ 17.070.302
Acueducto	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Energía	\$ 560.000	\$ 6.720.000
Gas	\$ 82.000	\$ 984.000
Mantenimiento de maquinaria y equipo	\$ 71.218	\$ 854.614
TOTALES	\$ 15.183.759	\$ 182.205.103

1.19.1.3 Costos Totales

Tabla 39 Costos Totales

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
COSTOS FIJOS	\$ 2.303.178	\$ 27.638.142
COSTOS VARIABLES	\$ 15.183.759	\$ 182.205.103
TOTALES	\$ 17.486.937	\$ 209.843.245

1.19.2 Gastos de Administración y Ventas

Se muestran todos aquellos gastos necesarios para llevar una adecuada administración del restaurante y así mantener las operaciones diarias de este.

1.19.2.1 Gastos Fijos de Administración y Ventas

Tabla 40 Nomina Administrativa

CARGO	PORCENTAJE	Administrador
SUELDO		\$ 2.000.000
SUB.TRANSF		\$ 140.606
Cesantías	8,333%	\$ 178.377
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 21.406
Prima de servicios	8,333%	\$ 178.377
Vacaciones	4,167%	\$ 89.188
Salud	8,500%	\$ 170.000
Pensión	12,000%	\$ 240.000

ARL	0,500%	\$ 10.000
SENA	2,000%	\$ 0
ICBF	3,000%	\$ 0
Caja de compensación	4,000%	\$ 80.000
Dotación	5,000%	\$ 100.000
SALARIO REAL		\$ 3.207.954
Nº DE PUESTOS		1
COSTO TOTAL NÓMINA	\$ 38.495.446	\$ 38.495.446

Tabla 41 *Gastos fijos de administración y ventas*

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Nómina administrativa	\$ 3.207.954	\$ 38.495.446
Arriendo	\$ 150.000	\$ 1.800.000
Energía	\$ 140.000	\$ 1.680.000
Teléfono	\$ 40.000	\$ 480.000
Internet	\$ 50.000	\$ 600.000
Seguros	\$ 24.000	\$ 288.000
Publicidad operativa	\$ 3.385.220	\$ 40.622.640
Contador	\$ 600.000	\$ 7.200.000
Mitigación impacto ambiental	\$ 35.000	\$ 420.000
Amortización de diferidos	\$ 495.220	\$ 5.942.642
Depreciaciones administrativas	\$ 138.242	\$ 1.658.900
TOTALES	\$ 8.271.396	\$ 99.256.748

1.19.2.2 Gastos Variables de Administración y Ventas

Tabla 42 *Nomina de Ventas*

CARGO	PORCENTAJE	Meseros
SUELDO		\$ 1.160.000
SUB.TRANSP		\$ 140.606
Cesantías	8,333%	\$ 108.379
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 13.006
Prima de servicios	8,333%	\$ 108.379
Vacaciones	4,167%	\$ 54.190
Salud	8,500%	\$ 98.600
Pensión	12,000%	\$ 139.200
ARL	0,500%	\$ 5.800
SENA	2,000%	\$ 0
ICBF	3,000%	\$ 0
Caja de compensación	4,000%	\$ 46.400
Dotación	5,000%	\$ 58.000
SALARIO REAL		\$ 1.932.561
Nº DE PUESTOS		2
COSTO TOTAL NÓMINA	\$ 46.381.459	\$ 46.381.459

Tabla 43 *Gastos variables de administración y ventas*

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gastos de representación	\$ 0	\$ 0
Nómina de ventas	\$ 3.865.122	\$ 46.381.459
Comisiones de ventas	\$ 0	\$ 0
TOTALES	\$ 3.865.122	\$ 46.381.459

1.19.2.3 Gastos Totales

Tabla 44 *Total gastos de administración y ventas*

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gastos fijos	\$ 8.271.396	\$ 99.256.748
Gastos variables	\$ 3.865.122	\$ 46.381.459
Total	\$ 12.136.517	\$ 145.638.207

1.20 Capital de Trabajo.

En este ítem se distribuyen todos aquellos recursos disponibles y que requiere la empresa para poder operar.

1.20.1 Periodo de Capital de Trabajo.

El periodo de capital se estipulo en 2 meses, teniendo en cuenta un tiempo inicial de 6 semanas de producción, en estos se encuentran las inversiones iniciales; de igual manera incluye los gastos de administración, los gastos financieros y las depreciaciones y amortizaciones del periodo por concepto del crédito inicial para la financiación del proyecto.

1.20.2 Estructura del Crédito.

El crédito será solicitado al Banco BBVA por valor de \$50.000.000 con una tasa E.A. del 17.46%, y Efectiva mensual de 1.35%, será pagado en 36 cuotas mensuales por valor de \$1.762.793 como se muestra en la Tabla 46

Tabla 45 *Estructura del Crédito*

Préstamo	\$ 50.000.000	Interés mensual	1,35%
Periodo	36	Valor cuota mensual	1.762.793

1.20.2.1 Amortización del Crédito

Tabla 46 *Resumen de Crédito*

PERIODO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA MENSUAL	SALDO
1	\$ 1.087.793	\$ 675.000	\$ 1.762.793	\$ 48.912.207
2	\$ 1.102.478	\$ 660.315	\$ 1.762.793	\$ 47.809.729
3	\$ 1.117.362	\$ 645.431	\$ 1.762.793	\$ 46.692.367
4	\$ 1.132.446	\$ 630.347	\$ 1.762.793	\$ 45.559.921
5	\$ 1.147.734	\$ 615.059	\$ 1.762.793	\$ 44.412.187
6	\$ 1.163.228	\$ 599.565	\$ 1.762.793	\$ 43.248.959
7	\$ 1.178.932	\$ 583.861	\$ 1.762.793	\$ 42.070.027
8	\$ 1.194.848	\$ 567.945	\$ 1.762.793	\$ 40.875.179
9	\$ 1.210.978	\$ 551.815	\$ 1.762.793	\$ 39.664.201
10	\$ 1.227.326	\$ 535.467	\$ 1.762.793	\$ 38.436.875
11	\$ 1.243.895	\$ 518.898	\$ 1.762.793	\$ 37.192.980
12	\$ 1.260.688	\$ 502.105	\$ 1.762.793	\$ 35.932.292
	\$ 14.067.708	\$ 7.085.808	\$ 21.153.516	
13	\$ 1.277.707	\$ 485.086	\$ 1.762.793	\$ 34.654.585
14	\$ 1.294.956	\$ 467.837	\$ 1.762.793	\$ 33.359.629
15	\$ 1.312.438	\$ 450.355	\$ 1.762.793	\$ 32.047.191
16	\$ 1.330.156	\$ 432.637	\$ 1.762.793	\$ 30.717.035
17	\$ 1.348.113	\$ 414.680	\$ 1.762.793	\$ 29.368.922
18	\$ 1.366.313	\$ 396.480	\$ 1.762.793	\$ 28.002.609
19	\$ 1.384.758	\$ 378.035	\$ 1.762.793	\$ 26.617.851
20	\$ 1.403.452	\$ 359.341	\$ 1.762.793	\$ 25.214.399
21	\$ 1.422.399	\$ 340.394	\$ 1.762.793	\$ 23.792.000
22	\$ 1.441.601	\$ 321.192	\$ 1.762.793	\$ 22.350.399
23	\$ 1.461.063	\$ 301.730	\$ 1.762.793	\$ 20.889.336
24	\$ 1.480.787	\$ 282.006	\$ 1.762.793	\$ 19.408.549
	\$ 16.523.743	\$ 4.629.773	\$ 21.153.516	
25	\$ 1.500.778	\$ 262.015	\$ 1.762.793	\$ 17.907.771
26	\$ 1.521.038	\$ 241.755	\$ 1.762.793	\$ 16.386.733
27	\$ 1.541.572	\$ 221.221	\$ 1.762.793	\$ 14.845.161
28	\$ 1.562.383	\$ 200.410	\$ 1.762.793	\$ 13.282.778
29	\$ 1.583.475	\$ 179.318	\$ 1.762.793	\$ 11.699.303
30	\$ 1.604.852	\$ 157.941	\$ 1.762.793	\$ 10.094.451
31	\$ 1.626.518	\$ 136.275	\$ 1.762.793	\$ 8.467.933
32	\$ 1.648.476	\$ 114.317	\$ 1.762.793	\$ 6.819.457
33	\$ 1.670.730	\$ 92.063	\$ 1.762.793	\$ 5.148.727
34	\$ 1.693.285	\$ 69.508	\$ 1.762.793	\$ 3.455.442
35	\$ 1.716.145	\$ 46.648	\$ 1.762.793	\$ 1.739.297
36	\$ 1.739.312	\$ 23.481	\$ 1.762.793	\$ 0
	\$ 19.408.549	\$ 1.744.952	\$ 21.153.516	

1.20.3 Gastos Financieros.

Tabla 47 Gastos Financieros

CONCEPTO	II Periodo
Gastos financieros (Intereses)	\$ 1.335.315

PERIODO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA MENSUAL
1	\$ 1.087.793	\$ 675.000	\$ 1.762.793
2	\$ 1.102.478	\$ 660.315	\$ 1.762.793

1.20.4 Cuadro Resumen del Capital de Trabajo.

Tabla 48 Total Capital de Trabajo

CONCEPTO	VALOR
Costos totales de producción	\$ 34.973.874
Gastos de administración y ventas	\$ 24.273.034
Gastos financieros	\$ 1.335.315
Menos Depreciaciones	-\$ 1.700.840
Menos Amortización diferidos	-\$ 990.440
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 57.890.943

1.21 Inversión Total

La inversión total requerida para empezar el proceso operativo se describe a continuación, y lo constituye la sumatoria de la inversión fija, diferida y la de capital de trabajo

Tabla 49 Inversión Total

CONCEPTO	VALOR
Inversión fija	\$ 51.025.209
Inversión diferida	\$ 29.713.210
Inversión capital de trabajo	\$ 57.890.943
INVERSIÓN TOTAL	\$ 138.629.362

1.22 Estructura de Capital

La inversión total en capital asciende a \$138.629.362 pesos

Tabla 50 Estructura de Capital

CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE
Nuevos socios	\$ 88.629.362	63,93%
Crédito bancario	\$ 50.000.000	36,07%
TOTAL	\$ 138.629.362	100,00%

1.22.1 Recursos propios. (Capital propio y/o socios inversionistas)

El 63.93% del total de la inversión por valor de \$ 88.629.362 hacen parte de recursos propios aportados por el autor del proyecto

1.22.2 Recursos de financiación.

Estos recursos van a ser financiados \$ 50.000.000 por el banco BBVA con una tasa del 17.46 % efectivo anual

1.23 Precio de Venta

Se establecen los precios de venta de acuerdo con los del mercado y con el fin de cubrir los costos totales unitarios en los periodos proyectados, obteniendo un margen de utilidad por producto del 10%.

Tabla 51 Precio Estimado de Venta

Costos totales de producción	\$ 209.843.245
Gastos de administración y ventas totales	\$ 145.638.207
Costos y gastos totales	\$ 355.481.452
Capacidad utilizada año 1	13.985
Costos y gastos totales unitarios	\$ 25.419
Margen de utilidad	10%
Precio de venta	\$ 28.244
Tasa de IVA o Impoconsumo	8%
Precio al consumidor	\$ 30.700

El precio actual calculado del producto ofrecido está por encima del valor promedio estimado a través de la encuesta de \$ 20.069, lo que haría que este sea poco competitivo en el mercado de las comidas rápidas. Sin embargo, el mercado a explorar es el de la comida rápida saludable, la cual en la actualidad no tiene oferta en el municipio de Barrancabermeja y el valor está determinado por los costos y gastos en los que se incurren para la producción de hamburguesas. Se hace necesario para ser más competitivos ampliar lo oferta de productos y así mismo poder a estos

asignar un porcentaje del costo de producción y administración para disminuir el precio de venta y ser más competitivos.

1.24 Estados Financieros Proyectados

En los estados financieros se proyectan las utilidades que presentan una tendencia a crecimiento debido a las economías de escala que el restaurante puede lograr en 5 años en un panorama ideal.

1.24.1 Estado de Resultados proyectado.

El estado de resultados proyectado a 5 años evidencia que la utilidad del ejercicio al final del periodo I solo representa el 6% de los ingresos totales percibidos por la operación anual, sin embargo, para los siguientes va mostrando un aumento de este porcentaje, representando en el periodo 5 aproximadamente el 13% de sus ingresos.

Tabla 52 *Estados Financieros*

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos operacionales	\$ 394.981.042	\$ 411.908.801	\$ 428.836.560	\$ 445.764.319	\$ 462.692.078
Ingresos no operacionales					
TOTAL INGRESOS	\$ 394.981.042	\$ 411.908.801	\$ 428.836.560	\$ 445.764.319	\$ 462.692.078
MENOS COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Materiales	\$ 66.748.496	\$ 69.609.146	\$ 72.469.795	\$ 75.330.445	\$ 78.191.095
MOD	\$ 87.427.691	\$ 87.427.691	\$ 87.427.691	\$ 87.427.691	\$ 87.427.691
CIF	\$ 55.667.058	\$ 56.868.297	\$ 58.069.536	\$ 59.270.776	\$ 60.472.015
UTILIDAD BRUTA	\$ 185.137.798	\$ 198.003.668	\$ 210.869.537	\$ 223.735.407	\$ 236.601.277
MENOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS					
Nómina administrativa	\$ 38.495.446	\$ 38.495.446	\$ 38.495.446	\$ 38.495.446	\$ 38.495.446
Gastos generales	\$ 107.142.761	\$ 109.130.538	\$ 111.118.315	\$ 113.106.092	\$ 115.093.869
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 39.499.591	\$ 50.377.684	\$ 61.255.777	\$ 72.133.870	\$ 83.011.963
Menos gastos financieros (Intereses)	-\$ 7.085.808	-\$ 4.629.773	-\$ 1.744.952	\$ 0	\$ 0
Menos 4x1000	-\$ 1.579.924	-\$ 1.647.635	-\$ 1.715.346	-\$ 1.783.057	-\$ 1.850.768
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 30.833.859	\$ 44.100.276	\$ 57.795.479	\$ 70.350.813	\$ 81.161.195

Menos Impuesto de Ind y Cio	-\$ 3.949.810	-\$ 4.119.088	-\$ 4.288.366	-\$ 4.457.643	-\$ 4.626.921
UTILIDAD NETA	\$ 26.884.048	\$ 39.981.188	\$ 53.507.113	\$ 65.893.169	\$ 76.534.274
Menos Reserva Legal	-\$ 2.688.405	-\$ 3.998.119	-\$ 5.350.711	-\$ 6.589.317	-\$ 7.653.427
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 24.195.643	\$ 35.983.069	\$ 48.156.402	\$ 59.303.852	\$ 68.880.846

1.24.2 Flujo de Fondos proyectado.

Teniendo en cuenta los ingresos y egresos de la empresa, la inversión total y el crédito solicitado, se proyecta un flujo de caja a los periodos que éste representa, obteniendo un flujo de caja acumulado de \$ 316.440.762 en el periodo seis

Tabla 53 *Flujo de Fondos Proyectados*

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo de caja anterior	\$ 0	\$ 57.890.943	\$ 90.804.777	\$ 130.579.183	\$ 180.994.708	\$ 263.204.839
Flujos de efectivo de actividad de operación						
+INGRESOS		\$ 394.981.042	\$ 411.908.801	\$ 428.836.560	\$ 445.764.319	\$ 462.692.078
Operacionales		\$ 394.981.042	\$ 411.908.801	\$ 428.836.560	\$ 445.764.319	\$ 462.692.078
Ingresos no operacionales		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
- EGRESOS		-\$ 340.913.692	-\$ 350.980.879	-\$ 357.267.534	-\$ 363.554.189	-\$ 369.840.843
Materiales		\$ 66.748.496	\$ 69.609.146	\$ 72.469.795	\$ 75.330.445	\$ 78.191.095
MOD		\$ 87.427.691	\$ 87.427.691	\$ 87.427.691	\$ 87.427.691	\$ 87.427.691
CIF		\$ 55.667.058	\$ 56.868.297	\$ 58.069.536	\$ 59.270.776	\$ 60.472.015
Nómina administrativa		\$ 38.495.446	\$ 38.495.446	\$ 38.495.446	\$ 38.495.446	\$ 38.495.446
Gastos generales		\$ 107.142.761	\$ 109.130.538	\$ 111.118.315	\$ 113.106.092	\$ 115.093.869
Menos depreciaciones		-\$ 10.205.042	-\$ 10.205.042	-\$ 10.205.042	-\$ 10.205.042	-\$ 10.205.042
Menos amortizaciones		-\$ 5.942.642	-\$ 5.942.642	-\$ 5.942.642	-\$ 5.942.642	-\$ 5.942.642
Impuesto de renta		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Impuesto de Ind y Cio		\$ 0	\$ 3.949.810	\$ 4.119.088	\$ 4.288.366	\$ 4.457.643
4 x 1000		\$ 1.579.924	\$ 1.647.635	\$ 1.715.346	\$ 1.783.057	\$ 1.850.768
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE OPERACIÓN	\$ 0	\$ 54.067.350	\$ 60.927.922	\$ 71.569.026	\$ 82.210.131	\$ 92.851.235
Flujos efectivo actividades inversión						
+INGRESOS	\$ 88.629.362	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Capital social	\$ 88.629.362					
Valor de salvamento						\$ 0

-EGRESOS	-\$	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
	80.738.419					
Compra de Equipo de oficina	\$ 3.859.700					
Compra de Equipo de computación y comunicación	\$ 4.434.800					
Compra de Maquinaria y equipo	\$					
	26.603.694					
Compra de Terreno	\$ 0					
Compra de Construcciones y edificaciones	\$ 0					
Compra de Muebles y enseres	\$					
	16.127.015					
Compra de Materiales, repuestos y accesorios	\$ 0					
Compra de Inventario de materia prima	\$ 0					
Inversión activos diferidos	\$					
	29.713.210					
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO ACTIVIDADES INVERSIÓN	\$ 7.890.943	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujos de efectivo de actividad de financiación						
+INGRESOS	\$					
	50.000.000					
Préstamo bancario	\$					
	50.000.000					
-EGRESOS		-\$	-\$	-\$	\$ 0	\$ 0
		21.153.516	21.153.516	21.153.501		
Abono a capital		\$	\$	\$	\$ 0	\$ 0
		14.067.708	16.523.743	19.408.549		
Gastos financieros		\$ 7.085.808	\$ 4.629.773	\$ 1.744.952	\$ 0	\$ 0
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE FINANCIACIÓN	\$	-\$	-\$	-\$	\$ 0	\$ 0
	50.000.000	21.153.516	21.153.516	21.153.501		
FLUJO DE EFECTIVO NETO (AUMENTO O DISMINUCIÓN)	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	57.890.943	32.913.834	39.774.406	50.415.525	82.210.131	92.851.235

1.24.3 Estado de Situación Financiera inicial y proyectado

Tabla 54 Estado de Situación Financiera inicial y proyectado

CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
ACTIVOS CORRIENTES						
Fondos en caja						
Fondos en bancos	\$ 57.890.943	\$ 90.804.777	\$ 130.579.183	\$ 180.994.708	\$ 263.204.839	\$ 356.056.074
Mercancías no fabricadas por la empresa	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 57.890.943	\$ 90.804.777	\$ 130.579.183	\$ 180.994.708	\$ 263.204.839	\$ 356.056.074
ACTIVOS FIJOS						
Equipo de oficina	\$ 3.859.700	\$ 3.859.700	\$ 3.859.700	\$ 3.859.700	\$ 3.859.700	\$ 3.859.700
Equipo de computación y comunicación	\$ 4.434.800	\$ 4.434.800	\$ 4.434.800	\$ 4.434.800	\$ 4.434.800	\$ 4.434.800
Maquinaria y equipo	\$ 26.603.694	\$ 26.603.694	\$ 26.603.694	\$ 26.603.694	\$ 26.603.694	\$ 26.603.694
Muebles y enseres	\$ 16.127.015	\$ 16.127.015	\$ 16.127.015	\$ 16.127.015	\$ 16.127.015	\$ 16.127.015
Materiales, repuestos y accesorios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Menos depreciación acumulada	\$ 0	-\$ 10.205.042	-\$ 20.410.084	-\$ 30.615.125	-\$ 40.820.167	-\$ 51.025.209
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 51.025.209	\$ 40.820.167	\$ 30.615.125	\$ 20.410.084	\$ 10.205.042	\$ 0
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 29.713.210	\$ 29.713.210	\$ 29.713.210	\$ 29.713.210	\$ 29.713.210	\$ 29.713.210
Menos amortización acumulada	\$ 0	-\$ 5.942.642	-\$ 11.885.284	-\$ 17.827.926	-\$ 23.770.568	-\$ 29.713.210
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 29.713.210	\$ 23.770.568	\$ 17.827.926	\$ 11.885.284	\$ 5.942.642	\$ 0
ACTIVOS TOTALES	\$ 138.629.362	\$ 155.395.512	\$ 179.022.235	\$ 213.290.076	\$ 279.352.523	\$ 356.056.074
PASIVO						
PASIVOS CORRIENTES						
Obligaciones financieras corto plazo	\$ 14.067.708	\$ 16.523.743	\$ 19.408.549	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Impuesto de renta y complementarios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Impuesto de Industria y Comercio	\$ 0	\$ 3.949.810	\$ 4.119.088	\$ 4.288.366	\$ 4.457.643	\$ 4.626.921
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ 14.067.708	\$ 20.473.553	\$ 23.527.637	\$ 4.288.366	\$ 4.457.643	\$ 4.626.921
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones financieras largo plazo	\$ 35.932.292	\$ 19.408.549	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	\$ 35.932.292	\$ 19.408.549	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
PASIVOS TOTALES	\$ 50.000.000	\$ 39.882.102	\$ 23.527.637	\$ 4.288.366	\$ 4.457.643	\$ 4.626.921

PATRIMONIO

Capital social	\$ 88.629.362	\$ 88.629.362	\$ 88.629.362	\$ 88.629.362	\$ 88.629.362	\$ 88.629.362
Reserva legal acumulada	\$ 0	\$ 2.688.405	\$ 6.686.524	\$ 12.037.235	\$ 18.626.552	\$ 26.279.979
Utilidad del ejercicio	\$ 0	\$ 24.195.643	\$ 35.983.069	\$ 48.156.402	\$ 59.303.852	\$ 68.880.846
Utilidades o excedentes acumulados	\$ 0	\$ 0	\$ 24.195.643	\$ 60.178.712	\$ 108.335.114	\$ 167.638.966
PATRIMONIO TOTAL	\$ 88.629.362	\$ 115.513.410	\$ 155.494.598	\$ 209.001.710	\$ 274.894.880	\$ 351.429.154
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	\$ 138.629.362	\$ 155.395.512	\$ 179.022.235	\$ 213.290.076	\$ 279.352.523	\$ 356.056.074

1.25 Evaluación Financiera

La evaluación financiera se realiza a fin de conocer la viabilidad del proyecto de acuerdo con los siguientes indicadores:

1.25.1 Razones financieras.

Las componen ratios y/o indicadores que permiten identificar la situación a corto, mediano y largo plazo dentro del restaurante, esto con el fin de evaluar que tan viable es y con ello poder tomar decisiones

1.25.1.1 Razones de liquidez.

Permiten identificar el grado o índice de liquidez con que cuenta le empresa:

Índice de capital de trabajo: la empresa contaría con capital necesario para hacer frente a las obligaciones al corto plazo, como se evidencia en el año 1 contaría con \$ 41.142.434 en unidades monetarias para cancelar las obligaciones al corto plazo.

Prueba acida: se puede evidenciar que la tasa es superior a 1, esto indica que por cada peso de deuda que se obtenga con término de vencimiento menor a un año en la empresa cuenta con 1 peso multiplicado por la razón para pagarlo sin tener que recurrir a los inventarios, lo anterior demuestra nivel de liquidez aceptable ya que el resultado es mayor a la unidad. Para el año 1, la tasa es de 4.44 veces para respaldar las deudas.

La razón corriente: El resultado indica que por cada peso (\$1) que la empresa debe en el corto plazo, cuenta con cuenta con 1 peso multiplicado por la razón de cada año para respaldarlo esa obligación, es decir en el año 1 Burger Healthy cuenta con \$4.44 para respaldar sus deudas al corto plazo.

Tabla 55 Razones de Liquidez

RAZONES DE LIQUIDEZ	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razón corriente	activo corriente / pasivo corriente	No veces	4,44	5,55	42,21	59,05	76,95
Prueba acida**	activo corriente - inventarios / pasivo corriente	No veces	4,44	5,55	42,21	59,05	76,95
Capital de trabajo neto	activo corriente - pasivo corriente	unidades \$	70.331.224	107.051.546	176.706.343	258.747.196	351.429.154

1.25.1.2 Razones de operación.

Para la rotación de activos de la empresa se encuentra que los activos de esta se están convirtiendo en efectivo en un periodo considerado eficiente en la gestión de los activos para los años proyectados.

Rotación de Activo Corriente: anualmente la empresa vuelve efectivo en un período menor de un año un índice superior a 1. Es decir, para el año 1, la empresa gana \$4.35 por cada peso que posee en activos.

Rotación de Activo Fijo: Como se evidencia para los 5 periodos, el activo fijo cubre más de 9 veces las ventas. Es decir que la empresa vuelve en efectivo con respecto a sus activos en un período mayor de un año un índice superior a 10.

Rotación de Activo Total: se están produciendo un índice superior a 1 de los ingresos con el dinero que se ha invertido en los activos. Para el caso del primer periodo evaluado la empresa gana 2.54 veces por cada \$1 que posee en activos, sin embargo, a lo largo de los periodos evaluados esta razón va en disminución siendo para el año 5 de 1.30 siendo la rotación de activos mayor a 1, lo cual indica que se están generando rentabilidad

Tabla 56 Razones de Operación

RAZONES DE OPERACIÓN	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rotación activo corriente	ventas/activo corriente	No veces	4,35	3,15	2,37	1,69	1,30
Rotación activo fijo	ventas / activo fijo neto	No veces	9,68	13,45	21,01	43,68	
Rotación activo total	ventas / activo total	No veces	2,54	2,30	2,01	1,60	1,30

1.25.1.3 Razones de rentabilidad.

Margen Bruto de utilidad: indica el margen de beneficio que generan las ventas sin tener en cuenta todos los costos que se le atribuyan, para este caso este margen de utilidad es superior al 40% en los cinco periodos analizados indicando que por cada \$100 de ingresos existe un margen \geq \$ 40 de Utilidad bruta.

Margen Neto en ventas: muestra el margen total de beneficios correspondientes a las ventas restando los costos y gastos atribuidos a la operación. En cada periodo específico por cada unidad vendida se obtiene un porcentaje de ganancia superior al 6%, siendo para el periodo 5 el más del doble de la inicial, donde por cada \$100 de ventas sobran para los propietarios \$ 16.54 de Utilidad Neta.

Rendimiento de activos: La rentabilidad económica de la empresa comprende un porcentaje superior al 17% del total de los activos totales, indicando que por cada \$100 que ha invertido para el primer periodo la empresa obtiene \$17,30 de beneficio económico, aumentando este valor para los siguientes periodos. El resultado obtenido es satisfactorio, teniendo en cuenta que para que una empresa es rentable, el ROA debe superar el 5%, y el de la empresa es superior a este valor.

Tabla 57 Razones de Rentabilidad

RAZONES RENTABILIDAD	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Margen bruto utilidad	utilidad bruta/ ventas	%	46,87%	48,07%	49,17%	50,19%	51,14%
Margen utilidad neta	utilidad neta/ventas	%	6,81%	9,71%	12,48%	14,78%	16,54%
Rendimientos activos	utilidad neta/ activos totales	%	17,30%	22,33%	25,09%	23,59%	21,50%

1.25.1.4 Razones de endeudamiento.

Endeudamiento Total: Para el endeudamiento de acuerdo con los periodos proyectados se puede exponer que por cada peso que se tiene invertido en activos, aproximadamente cada centavo de este es financiado por los diferentes acreedores. Es decir que del total de activos el 25.66% de estos han sido financiados por los acreedores en el periodo inicial y a medida que avanzan los periodos estos disminuyen, lo que le abre el panorama para poder tomar decisiones estratégicas en el momento de necesitar recursos.

Cobertura de Intereses: La empresa posee una capacidad para el periodo I de 5.57 veces para cumplir con sus obligaciones asociadas a gastos financieros y a medida que avanzan los periodos esta capacidad aumenta siendo para los periodos IV y V de 22 veces

Índice Participación Patrimonial: Este índice muestra la relación existente dentro de la estructura de capital entre los recursos proporcionados por los accionistas y el activo total, por lo tanto los resultados que indican que para el primer periodo evaluado este es del 74.34% lo que indica una participación por accionista de ese porcentaje.

Tabla 58 Razones de Endeudamiento

RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Endeudamiento total	pasivo total / activo total	%	25,66%	13,14%	2,01%	1,60%	1,30%
Cobertura intereses	utilidad operacional / intereses	No veces	5,57	10,88	35,10	22,00	22,00
Índice participación patrimonial	patrimonio / activo total	%	74,34%	86,86%	97,99%	98,40%	98,70%

1.25.2 Indicadores de Viabilidad.

Estos indicadores ayudan a determinar la posible rentabilidad del proyecto, en función del flujo de caja proyectado en un periodo de tiempo de 5 años para este caso.

Prima de riesgo al riesgo **5%**

Inflación	9%					
TMAR recursos propios	14,45%					
Recursos crédito	17,46%					
TMAR Banco	28,03%					
Porcentaje aportación recursos propios	63,93%					
Porcentaje aportación Banco	36,07%					
TMAR MIXTA	19,35%					
TMAR MIXTA DEFLACTADA	11,09%					
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-\$ 88.629.362	\$ 32.913.834	\$ 39.774.406	\$ 50.415.525	\$ 82.210.131	\$ 92.851.235
VNA	-\$ 88.629.362	\$ 27.578.052	\$ 27.923.762	\$ 29.656.482	\$ 40.519.659	\$ 38.345.397
VALOR RECUPERADO		\$ 27.578.052	\$ 55.501.814	\$ 85.158.295	\$ 125.677.954	\$ 164.023.351

1.25.2.1 Tasa Interna Retorno (TIR).

Para el proyecto, se tiene que el porcentaje de ingresos que se obtiene periódicamente debido a la inversión, con una tasa interna de retorno TIR de 46.51% anual, es decir que por cada peso invertido se obtiene una rentabilidad de \$0.46 pesos cada año.

1.25.2.2 Valor Presente Neto (VPN).

La VPN de este proyecto tiene un valor de \$ \$ 118.854.469 en valores positivos, es decir es mayor a 0 ($VPN > 0$), lo que indica que los dineros invertidos en el proyecto generan rentabilidad a una tasa superior a la tasa de interés de oportunidad; por tanto, el proyecto es viable.

1.25.2.3 Período de recuperación

Según la proyección realizada para el restaurante la inversión de los socios se recuperará en el primer año de funcionamiento.

1.25.2.4 Punto de Equilibrio.

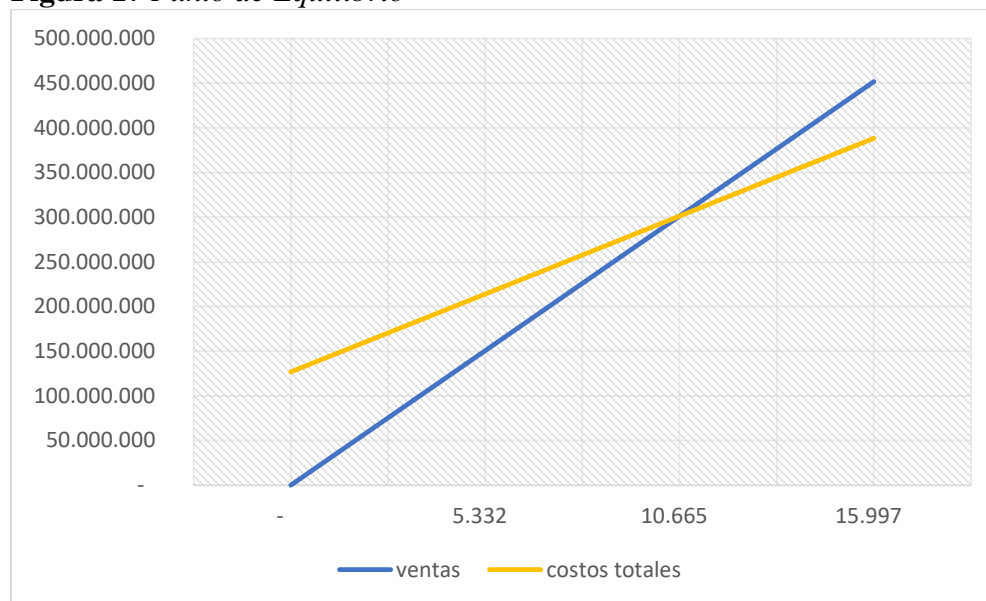
Para el cálculo del punto de equilibrio de los diversos periodos proyectados en el estudio financiero se tuvo en cuenta el valor de ventas, donde se establece el valor total de las ventas y el número de hamburguesas necesarias para que la empresa no incurra en pérdidas. Para el caso puntual de BURGER HEALTHY el punto equilibrio más apropiado a tener en cuenta esta dado en función de las cantidades producidas (Q), se tiene en cuenta este ya que los costos asociados se basan principalmente en las unidades a vender, y teniendo en cuenta la variabilidad de precios de las materias primas, las cuales se ven afectadas por diferentes factores como los son el clima, el transporte, que son perecederas y la inflación entre otras.

Tabla 59 *Punto de Equilibrio*

PUNTO DE EQUILIBRIO	FÓRMULA	RESULTADO
En función de la capacidad instalada (%)	$PE = CF/(IT-CV)$	76,26%
En función de cantidades producidas (Q)	$PE = CF/(Pu-CVu)$	10.665
En función de volumen de ventas (\$)	$PE^* = CF / 1 - CV/IT$	\$ 301.218.380
En función del número de días año	$PE = PE^* / (VT/N)$	238
CF: costos fijos	\$ 126.894.889	
CV: costo variable	\$ 228.586.562	
CT: costos totales	\$ 355.481.452	
IT: ingreso total	\$ 394.981.042	
Pu: precio unitario	\$ 28.244	

CVu: costo variable unitario	\$ 16.346	
VT: ventas totales	\$ 394.981.042	
N: número días año	312	
Capacidad utilizada año 1	13.985	

Figura 17 *Punto de Equilibrio*



1.26 Tamaño del Proyecto

A partir del análisis de la demanda y competencia del proyecto, disponibilidad de insumos, oportunidad de financiación y costos, así como lo establecido en el Decreto 957 de 2019, mediante el cual se establece una nueva clasificación del tamaño empresarial basada en el criterio único de ingresos por actividades, donde el umbral fijado es de máximo hasta 1.535 millones de pesos colombianos anuales se puede decir que el proyecto tendría como tamaño el de Microempresa

Conclusiones

A partir del trabajo de campo realizado en Barrancabermeja, se pudo establecer que, en su mayoría, las personas están más preocupadas por llevar hábitos alimenticios sanos en pro de su salud y vitalidad. Se reconoció que la gran parte de la población tiene el interés de aportar al cambio en un consumo responsable.

En la investigación de mercado realizada se puede determinar que existe un buen nivel de aceptación de la idea de negocio, ya que en general el 93% de los encuestados comprará el producto. En cuanto al comportamiento general de consumo de comidas rápidas de la población encuestada en Barrancabermeja, se determinó que en promedio consumen este tipo de alimentos cada 14 días y lo hacen acompañados por 2 personas. Un resultado a destacar y favorable al proyecto es que los encuestados prefieren el consumo de estos alimentos en restaurantes especializados. Se concluye que el proyecto tiene importantes impactos en la comunidad de Barrancabermeja, por ejemplo, contribuye a la generación de empleo, pero lo más importante, mejora el bienestar y la calidad de vida de las personas, que en los últimos años han visto cómo sus hábitos alimentarios están perjudicando su salud.

La empresa se propone bajo el nombre de BURGER HEALTHY, y aprovechando los beneficios tributarios se plantea como sociedad por acciones simplificada S.A.S., del mismo modo se concluye que los pasos que se deben realizar para que la empresa pueda operar teniendo en cuenta las legislaciones y normativas establecidas en Colombia, no generan grandes costos.

Finalmente, teniendo en cuenta los resultados de la evaluación financiera del proyecto, el cual se puede concluir que es un negocio con una rentabilidad exitosa siendo viable y sostenible con proyecciones a 5 años. El cálculo de la tasa interna de retorno (TIR) es de 46.51% y su valor presente neto (VPN) es de \$ 118.854.469, lo cual muestran que estos indicadores son criterios para

decidir sobre la aceptación de la inversión del proyecto. Así mismo, teniendo en cuenta la proyección de ingresos el periodo de la recuperación de la inversión es dentro del primer año de operación, este indicador mide la liquidez del proyecto.

Recomendaciones

Se recomienda implementar un plan estratégico de marketing que dé a conocer los productos y servicios ofrecidos en Burger Healthy, Fast-Food a todos los consumidores, tal que se cumpla con los objetivos de venta planteados y de esa manera garantizar las ventas proyectadas. Así mismo la implementación de variedad de productos saludables en la oferta gastronómica a futuro, ya que existen diferentes tipos de clientes, teniendo en cuenta propiedades tanto de plantas como de frutos, dando una experiencia agradable al cliente.

La capacidad instalada del restaurante Burger Healthy, Fast-Food, permite realizar en promedio 23 unidades diarias de hamburguesas, sin embargo, teniendo en cuenta que la infraestructura y los enseres pueden ser utilizados para ofrecer otro tipo de productos dentro de la oferta de comidas rápidas para así ofrecer precios más competitivos e incrementar a su vez, las ventas.

Pese a que el proyecto en general muestra una viabilidad aceptable, cabe resaltar que el precio estimado por hamburguesa es superior al valor del mercado, siendo esta una de las principales falencias encontradas en el desarrollo de la investigación ya que inicialmente la oferta no será tan competitiva respecto al mercado; esto se debe en gran proporción a los costos de los materiales y la mano de obra, por tanto se recomienda investigar otras opciones de proveedores para mantener el nivel de calidad deseado y reducir los costos.

Referencias Bibliograficas

- Bernal, C. L. P., & Artunduaga, I. A. C. (2020). Retos y oportunidades para el sector gastronómico: un llamado para reinventar su modelo de negocio. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 44(8), 19.
- Bocanegra, C., Cueto, C., Ramírez, M., & Toledo, J. (2021). Plan de negocio para un restaurante de comida saludable en la ciudad de Trujillo. *Esan*, 6.
- El Tiempo. (2021). *Balance de restaurantes cerrados en Bogotá y reapertura a cielo Abierto*.
www.eltiempo.com
- Herrera, J. A. (2020). *Plan de salud territorial 2020-2023*. 80.
file:///C:/Users/Jorge_P/Downloads/PLAN DE SALUD TERRITORIAL VILLAVICENCIO 2012-2015 (2).pdf
- Leal, A. C. (2020). El comercio y el sector público impulsaron la recuperación del PIB nacional en 2019. *La Republica*. <https://www.larepublica.co/economia/el-comercio-y-el-sector-publico-impulsaron-la-recuperacion-del-pib-nacional-en-2019-2964980>
- MinHacienda. (2019). Viabilidad Fiscal Territorial Municipio de Barrancabermeja-Sabtander. *Ministerio De Hacienda Y Credito Publico*, 2, 1–22.
https://www.minhacienda.gov.co/webcenter/ShowProperty?nodeId=%2FConexionContent%2FWCC_CLUSTER-155758%2F%2FidcPrimaryFile&revision=latestreleased
- OMS. (2018). *Enfermedades no transmisibles*. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/noncommunicable-diseases>
- Restrepo, C. (2016). *Historiadores de la cocina*.
historiacocina.com/paises/articulos/gastrocolombia.htm
- Semana. (2021). *El 42 % de los colombianos afirmó comer sano como estrategia para cuidar su*

salud mental. <https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/el-42-de-los-colombianos-afirmo-comer-sano-como-estrategia-para-cuidar-su-salud-mental/202155/>

Semana. (2022). *¿Cómo van los restaurantes en Colombia tras la pandemia?*
<https://www.semana.com/coc>

Tettay, J. P. (2021). ASÍ VA LA REAPERTURA DEL SECTOR GASTRONÓMICO. *LaBarra*.
<https://www.revistalabarra.com/ediciones/ed-123-turismo-y-gastronomia-el-secreto-del-grupo-gela/asi-va-la-reapertura-del-sector-gastronomico/#:~:text=Fedesarrollo%2C%20por ejemplo%2C%20pronostica que,cifra llegaría al -25 %25.>

Vasquez, D. (2018). Asi es como nacio el primer restaurante de la historia. *La Vanguardia*.
www.lavanguardia.com/comer/sitios/20180906/451384675191/primer-restaurante-historia-origen.html

Anexos

Anexo A. *Formulario de Encuesta*

Factibilidad para la Creación de un Restaurante de Comidas Rápidas Saludables en el Distrito Especial de Barrancabermeja

Buen día

Espero estén bien mi nombre es Katerine Moreno, me encuentro realizando una encuesta para un estudio de mercados que tiene como objetivo principal elaborar mi trabajo de grado para obtener el título con gestora empresarial, estoy realizando la factibilidad de un restaurante de comida rápida saludable, que da como respuesta una solución a la problemática de enfermedades crónicas que se generan por malos hábitos y uno de ellos es el consumo excesivo de comidas rápidas, espero la colaboración de ustedes, muchas gracias.

BURGER HEALTHY



1. ¿Consume comida rápida?

- Si
- No

2. ¿Cuál es la comida rápida de su preferencia?

- Desgranado
- Hamburguesa
- Perros
- Picada
- Salchipapa

...

3. ¿Con que Frecuencia consume comida rápida?

- Diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual
- Trimestral
- Semestral
- Anual

4. ¿Cuándo sale a consumir comidas rápidas sale acompañado generalmente por cuantas personas?

- 1 Persona
- 2 Personas
- 3 o más Personas
- No salgo acompañado

5. ¿Cuánto paga por un plato de comida rápida?

- Entre \$10.000 a \$17.000
- Entre \$18.000 a \$25.000
- Entre \$26.000 a \$33.000
- Entre \$34.000 a \$41.000

6. ¿Cuál es su lugar de preferencia o habitual de consumo de comida rápida?

- Puestos ambulantes
- Restaurantes especializados
- Centros comerciales
- Otra...



7. ¿Qué medio de pago prefiere para hacer sus compras?

- Efectivo
- Pago Electronico (Tarjetas o tranferencias)
- Otra...

8. ¿Estaría dispuesto a consumir una alternativa saludable de comida rápida en la ciudad de Barrancabermeja?

- Si
- No

11. 11. ¿Qué opción de hamburguesa saludable entre las siguientes preferiría?

Marca solo un óvalo.

- Hamburguesa tradicional (Pan blanco, 150gr carne res, verduras).
- Hamburguesa cetogenica - pocos carbohidratos (Se reemplaza el pan por aguacate, 100gr de pechuga, 180gr de carne, verduras).
- Hamburguesa vegana (Pan vegano, carne a base de lentejas, verduras).
- Hamburguesa low carb – Baja en carbohidratos (Pan integral, 100gr de pechuga, 150gr carne de res magra).

12. 12. Como le gustaría enterarse de nuevos emprendimientos o restaurantes

Marca solo un óvalo.

- Redes Sociales
- E-mails
- Mensajes via Whatsapp
- Publicidad Tradicional (Volantes, anuncios, pautas, entre otras)
- Otro: _____

Anexo B. Evidencia Realización de Encuestas



Anexo C. Cotización Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo

Riesgos I, II Y III Riesgos IV Y V	
Número de empleados	Valor mensual
1-10	\$ 399.000
11-25	\$ 659.000
26-50	\$ 889.000
51-80	\$ 1.119.000

Fuente: <https://www.fasem.com.co/precios/>
1'299.000 COP

SG-SST 1 A 10 Trabajadores

699.000 COP

1. Políticas SST
2. Vigía SST
3. Plan de Capacitación anual
4. Matriz de peligros
5. Formato de evaluaciones medicas
6. Plan anual de trabajo
7. Identificación de peligros evaluación y valoración de los riesgos
8. Medidas de prevención y control

ADQUIRIR

1. Políticas SST
2. Creación COPASST y CCLA
3. Recursos SST
4. Plan de capacitación anual
5. Matriz de peligros
6. Descripción sociodemográfica
7. Formato pausas activas
8. Formato de evaluaciones medicas
9. Formato reporte de accidente y enfermedad laboral
10. Plan anual de trabajo
11. Formato entrega EPPs
12. Identificación de peligros evaluación y valoración de los riesgos
13. Medidas de prevención y control
14. Plan de emergencias

ADICIONAL

REPORTE ESTANDARES MINIMOS A ARL ASOCIADA (ENVIO DE ACTA DE 5 A 8 DIAS HABILES)

SG-SST para mas de 50 Trabajadores

Precio a convenir

SOLICITAR COTIZACION

ADQUIRIR

<https://sgsst.com.co/>

Anexo D. Cotización Análisis Ambiental

Bucaramanga, Santander
Agosto de 2022

Cotización Estudio de Análisis Ambiental

Señora.
Andrea Katherine Moreno Ávila

Atendiendo a la cotización solicitada el 15 de Agosto de 2022, le porporcionamos la siguiente información.

Cantidad	Unidad	Descripción	Precio
1	Estudio de Analisis Ambiental	Análisis y diseño para laimplementación medidas de manejo ambiental a través de fichas o protocolos aplicables	\$2.941.176
		SUBTOTAL	\$2.941.176
		IVA	\$558.824
		TOTAL	\$3.500.000






Fecha de vigencia de precios: Diciembre 31 de 2022






Responsable de la cotización










Carlos Andrés Barrera
Ingeniero Ambiental
Tarjeta Profesional: 68238-330077 STD
Bucaramanga, Santander
Teléfono de Contacto: 318 4471591




Anexo E. Cotización Recursos Clave de Infraestructura


MAQUINARIA Y EQUIPOS	
DESCRIPCION	PRODUCTO Y FUENTE DE COTIZACIÓN
<p>Estufa industrial</p> <p>Estufa de Seis puestos (6) Puestos Fabricada en acero Ref. 304. Seis quemadores de 40.000BTU fabricados en hierro fundido. un entrepaño y bandeja recolectora de grasa, Quemadores y parrillas en hierro fundido, para una mayor durabilidad y eficiencia. Válvulas M-1 para el control de la flama. Patas en aluminio. Bandejas recolectoras de grasa. Una manguera flexo metálica, para conectar de forma fácil y segura a la red de gas. Dimensiones: 140m x 95cm x 85</p>	 <p>Fuente: Aciarum. [En línea]. http://aciarium.com.co/product/estufa-industrial-en-acero/</p>
<p>Horno microondas</p> <p>Horno Microondas de 1.1 PC Inoxidable con luz interior. Fondo: 50cm Ancho:59.5 cm Alto: 46.6 cm</p>	 <p>Fuente: Alkosto. [En línea]. https://www.alkosto.com/electro</p>
<p>Licuadaora</p> <p>Licuadaora Industrial con Vaso de Policarbonato 2 Litros Doble Cuchilla TM-800. Alto: 50 cm Ancho:18 cm Potencia: 3 Fondo: 22 cm</p>	 <p>Fuente: Alkosto. [En línea]. https://www.alkosto.com/electro</p>
<p>Nevera industrial</p> <p>Nevera vertical fabricada en acero inoxidable. REFEXHN-49R Volumen: 49Pies3 Capacidad:11.982 Litros Voltaje: 110V/60Hz Potencia: 1/3HP – 4.3Amp. Eficiencia: energética2.3 kw/24 hr Dimensiones: 132 x 84 x 213 cm Temperatura:1 a 8°C</p>	 <p>Fuente: Mercado libre. [En línea]. https://listado.mercadolibre.com.co/refrigerador-industrial-3-puertas-marca-true-refrigeracion</p>
<p>Mesa de trabajo Industrial</p> <p>Mesón Con Base Sin Entrepaño Fabricado en acero Inox. Ref. 304 Cal. 18, Base en tubo redondo en acero de 1 ½". Un entrepaño en Cal. 20 Cuenta con salpicadero, patas roscadas en aluminio macizo que permiten nivelar el mueble. Dimensiones: 100cm x 60cm x 90cm</p>	 <p>Fuente: SoloStocks. [En línea]. https://www.solostocks.com/venta-productos/equipamientos-hoteles-restaurantes/hornos-equipamiento-cocina-industrial/mesa-trabajo-mural-200x70x85-industrial-19173381</p>






<p>Extractor de humo</p>	<p>Fabricada en acero inox. Ref. 304 y 430 Cal. 18. Con filtros en el mismo material para retener material particulado que obtenemos de la cocción generada por los equipos, además cuenta con un sistema de condensado, “vapor que se transforma en agua”, y que es conducido por un canal para su evacuación, evitando la contaminación de los alimentos expuestos en la zona de cocción. Con ducto para extracción y transición para extractor Dimensiones: 200cm x 120cm x 60cm</p>	 <p>Fuente: Consumoteca. [En línea]. https://www.consumoteca.com/electrodomesticos/campanas-y-detectores-de-humo/como-funciona-una-campana-extractora/</p>
<p>Lava platos Industrial</p>	<p>mesón en acero inoxidable Acero 304 calibre 18 la cubierta. Entrepaño 430 calibre 20. 1.60 x 0.60 x 0.90 altura mts Pocetas de 0.58x0.38 x 0.15 fondo mts</p>	 <p>Fuente: Mercado libre. [En línea]. https://listado.mercadolibre.com.co/industrias-y-oficinas/industria-gastronomica/otros/#redirectedFromVip=https%3A%2F%2Farticulo.mercadolibre.com.co%2FMCO-544616379-lavaplatos-industrial-doble-acero-_JM</p>
<p>Estantería</p>	<p>Mueble organizador multiuso Fabricado en metal, con repisas resistentes y fáciles de limpiar. Capacidad: 350 kg Alto:180 centímetros Material: Acero laminado en frío DC 011 Fondo 30 centímetros Largo 90 centímetros Capacidad de entrepaño: 70 kg Medidas: 180x90x30 centímetros</p>	 <p>Fuente: Mercado libre. [En línea]. https://listado.mercadolibre.com.co/estanteria#D[A:estanteria]</p>
<p>Televisor</p>	<p>TELEVISOR EXCLUSIV 40 EL40P38FSM SMAR TV Resolución: Full HD Tecnología: LED Entradas: USB2 Entradas: HDMI3</p>	 <p>Fuente: Mercado libre. [En línea]. https://listado.mercadolibre.com.co/televisores#D[A:televisores]</p>
<p>Computador</p>	<p>AIO HP 20-C412LA CELERON J4005/DD 1000/DDR4 4GB/DVD RW/19.5 UBUNTU NEGRO Procesador Intel Celeron Memoria: RAM4GB Tamaño pantalla: 19 pulgadas. Disco duro HDD: 1TB Procesador: Dual Core Velocidad: 2 GHz Velocidad máxima del procesador: 2,7 GHz</p>	 <p>Fuente: Mercado libre. [En línea]. https://listado.mercadolibre.com.co/computador-de-escritorio#D[A:computador%20de%20escritorio]</p>





<p>Caja registradora</p>	<p>CAJA REGISTRADORA CASIO PCR T273 Alto: 33 Ancho:18 Largo: 33 Modelo: PCR-T273 Peso: 4</p>	 <p>Fuente: Mercado libre. [En línea]. https://listado.mercadolibre.com.co/caja-registradora#D[A:caja%20registradora]</p>
<p>Equipo de Vigilancia</p>	<p>su función es grabar tk-4042b-mp 2mp kit hilook dvr 204q +4 cámaras combo de sistema de video vigilancia, contiene:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 * dvr-204q-f1: dvr full hd pentahibrido (5 tecnologías, compatible con cámaras análogas de otros fabricantes) con compresión h.264 + para mejorar la eficiencia de codificación hasta en un 50% y reducir los costos de almacenamiento de datos, salida hdmi / vga simultánea con una resolución de hasta 1920 × 1080, una interfaz sata (soporta disco duro de hasta 6 tb), 4 canales para cámaras análogas y una cámara ip hasta de 1080p • 4 * thc-b120-p(b): cámaras tipo bala de 2 mp, resolución de 1920 × 1080, lente con distancia focal fija de 2,8 mm, visión nocturna a través de exir 2.0, ir inteligente, hasta 20 m de distancia ir, 4 tecnologías en una (tvi / ahd / cvi / cvbs) • adaptador con cable de poder. • cable: 4 * 18.3m(60ft) cable de poder y video • aviso de advertencia: “video surveillance in operation” 2* 55mm*105mm 	 <p>Fuente: Mercado libre. [En línea]. mercadolibre.com.co</p>
<p>Silla giratoria</p>	<p>Capacidad (resistencia - carga máxima): 90 kilogramos máximo. Origen: Importado Apoya brazos: Si Material: Cuero sintético Alto: 86 centímetros Material estructura: 45% PVC (cuero ecológico) ,40% polipropileno, 10% metal, 5% mdf Peso del producto:10,1 kilogramos Ancho: 57 centímetros Giro: 360 grados Tipo: Sillas de escritorio Recomendaciones</p>	 <p>Fuente: Mercado libre. [En línea]. mercadolibre.com.co</p>
<p>Escritorio en L</p>	<p>Escritorio Axis 1 Puerta 76.5x151.5x116.5cm Wengue Espesor: 15 mm Marca: Rta Material cubierto: MDF Origen: Colombia Largo: 116,5 centímetros Color: Wengue</p>	 <p>Fuente: Mercado libre. [En línea]. mercadolibre.com.co</p>

	Ancho: 151,5 centímetros Peso: 40,6 kilogramos Modelo: ELW 1832 Material estructura: MDF Alto: 76,5 centímetros	
Teléfono Inalámbrico	TELEFONO PANASONIC Kx Tgc350 Color: B [Negro] Auriculares (Cantidad):1 Frecuencia: 1.9 GHz Rango de Frecuencia:1.91 GHz - 1.93 GHz Número de Canales: 120 canales.	 Fuente: Mercado libre. [En línea]. https://www.ktronix.com/telefono-inalambrico-panasonic-kx-tgc350las-negro
Extintor	Extintor 10 Lb PQS ABC con soporte	 Fuente: DOTALTURAS. [En línea]. http://www.dotaaltura.com/extintores/523-extintor-abc-multiproposito-de-5-libras-producto-nacional.html
Impresora	Tipo de impresión: Color. Tipo de inyección: Carga continúa. Entradas USB: 1. Marca: EPSON. Modelo: L3110. Tipo: Impresoras multifunción. Alto: 25.3cm Incluye: Cable USB. Ancho: 37.5 cm. Profundidad en cm: 57.8 cm. Peso del producto: 3.9 kg. Velocidad de impresión a color: 15 ppm. Resolución del scanner: 600 x1200 dpi. Velocidad de impresión en B/N: 33 ppm.	 Fuente: Jumbo. [En línea]. https://www.tiendasjumbo.co/impresora-multifuncional-epson-ecotank-l3150-20036532/p
Sistema de manejo de inventario	Sistema operativo: Windows. Motor Base de Datos: SQL Server. Lenguaje de Programación: Visual Basic, Visual Basic. Net. Tipo Aplicación: Cliente/Servidor.	 Fuente: Sistema web. [En línea]. https://obedalvarado.pw/sistema-de-control-de-inventario/
Mesas Restaurante	Mesa dimensión 1x1 barnizado con diseño cuadrado para cuatro personas Tabla en lamina triple 15 mm. Sus bases hechas con moncoro.	 Fuente: Pinterest. [En línea]. https://www.pinterest.co.uk/pin/544724517424746020/

Sillas	Sillas hechas en moncoro barnizadas y tapizada. Con espaldar alto.	 Fuente: Pinterest. [En línea]. https://www.pinterest.com.mx/pin/246923992059102109/
Mesas	Mesa con estructura metal de 92x60 con lamina triple. barnizado con diseño redondo.	 Fuente: ACCA SOFTWARE. [En línea]. https://catalogue.accasoftware.com/es/28541/mesa-de-madera-schuster-karaoke.html
Muebles	Sofá en L Relleno: Espuma Medidas: 65x200x200 centímetros Fondo: 90 centímetros Número de puestos: 6 puestos Material: Cuero sintético Origen: Colombia 350 kilogramos máximo Alto: 65 centímetros	 Fuente: https://www.pullman.com.co/sofa-en-l-alondra?gclid=CjwKCAjwp9qZBhBkEiwAsYFsb-JzTohNAKXUJbSfRUjbEXmCHcHVTEGcPkWzDrodl_SqgdWJ_1-avhoC9uQQAvD_BwE#190

HERRAMIENTAS	
DESCRIPCION	PRODUCTO Y FUENTE DE COTIZACIÓN
Juego x6 utensilios 1000 andina incametal Pala + cuchillo + cucharón + tenedor + cuchara + batidor Piezas en acero inoxidable. Mango ergonómico con remache para mayor resistencia. Peso: 0.66 kg Dimensiones: Largo: 7 cm Alto: 34 cm Ancho: 30 cm	 Fuente: Cristalería la paz. [En línea]. https://www.lapazcristalerias.com/tienda?name=JUEGO+X6+UTENSILIOS+1000+ANDINA+INCAMETAL
Juego cuchillos + taco 6pzs ultracorte tramontina Cuchillos con las láminas de acero inoxidable. Dimensiones Largo: 10 cm Alto: 37 cm Ancho: 10 cm Peso: 2.09 kg	 Fuente: Cristalería la paz. [En línea]. https://www.lapazcristalerias.com/tienda?na

		me=CUCCHARA+DULCE+CARIBE+NOR TH
Bowl Inclinado melamina blanca	Bowl circular Dimensiones: Largo: 16 cm Alto: 9 cm Ancho: 18 cm	 Fuente: Cristalería la paz. [En línea]. https://www.lapazcristalerias.com/tienda?name=BOWL+REDONDO+MELAMINA+BLANCA
Plato pando cuadrado blanco 24cm Blaker	Apto para microondas y lavaplatos, Producto 100% colombiano Dimensiones Alto: 2 cm Diámetro: 24 cm	 Fuente: Cristalería la paz. [En línea]. https://lapazcristalerias.com/tienda/producto/28250
Pinza	Cuchara con cuenca en formato simétrico. Dimensiones Alto: 2.5 cm Largo: 18 cm Ancho: 6 cm	 Fuente: Cristalería la paz. [En línea]. https://www.lapazcristalerias.com/tienda?name=PINZA+HIELO+INCAMETAL
Juego de recipientes cuadrado transparente x5 persal	Práctico juego de 5 recipientes cuadrados, muy útiles en el almacenamiento de alimentos en la cocina. Dimensiones: Largo: 24 cm Alto: 11 cm Ancho: 24 cm Peso: 0.35 Kg	 Fuente: Cristalería la paz. [En línea]. https://www.lapazcristalerias.com/tienda?name=JUEGO+DE+RECIPIENTES+CUADRADO+TRANSPARENTE+X5+PERSAL
Vaso cervecero Turin cristal	Vaso con diseño actual y resistente, con espacio suficiente, ergonómico y de base gruesa. Dimensiones Alto: 22 cm Diámetro: 8 cm Capacidad: 22.5 onzas	 Fuente: Cristalería la paz. [En línea]. https://www.lapazcristalerias.com/tienda/producto/15107

<p>Batería acero inox 10 pzs dsgn apple ilko</p>	<p>Batería de cocina de 10 piezas de acero inoxidable AISI 202 de espesor 0.5 mm Tapa de vidrio templado y salida de vapor, mangos, pomos y asas de acero inoxidable. Base encapsulada de 1.5 mm de aluminio. MIX: cacerola 16 cm, cacerola 18 cm, olla 20 cm, olla 24 cm y guisera 24 cm con tapa. Dimensiones: Largo: 20cm Alto: 32cm Ancho: 55cm Peso: 7.88 kg</p>	 <p>Fuente: Cristalería la paz. [En línea]. https://www.lapazcristalerias.com/tienda?name=BATERIA+ACERO+INOX+10+PZS+DSGN+APPLE+ILKO</p>
<p>Batería 6pz antiadherente tv ng insignia imusa</p>	<p>Tapas de vidrio. Anillos concentradores de calor en la base. Válvula de escape del vapor. Aluminio de alta fuerza. Antiadherente tiene la propiedad especial de evitar que los alimentos se peguen. Contiene: 1 Olla de 20 Cm + Tapa de Vidrio. 1 perol de 16 Cm + Tapa de Vidrio. 1 sartén de 20 Cm. 1 Sartén de 18 Cm.</p>	 <p>Fuente: Amazon. [En línea]. https://www.lapazcristalerias.com/tienda?name=BATERIA+6PZ+ANTIADHERENTE+TV+NG+INSIGNIA+IMUSA</p>
<p>Juego sartenes 18-20-24cm a/pt basic imusa</p>	<p>1 sartén de 18cm 1 sartén de 20cm 1 sartén de 24cm Dimensiones: Largo: 32cm Alto: 10cm Ancho: 24cm</p>	 <p>Fuente: Amazon. [En línea]. https://www.lapazcristalerias.com/tienda/producto/17960</p>
<p>Tabla picadora</p>	<p>Tabla elaborada en polietileno Dimensiones: Largo: 32 cm Alto: 0.4 cm Ancho: 24.5 cm</p>	 <p>Fuente: Amazon. [En línea]. https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-474835416-tabla-picadora-set-pague-3-lleve-4-accesorio-cocina-jb-_JM</p>