

Factibilidad para la creación de un restaurante de comida típica colombiana en el municipio del  
Socorro.

Autores:

Johann Sebastián Manrique Barbery y Yina Jimena Mejía Mejía

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

Director:

Alejandro Mantilla Cáceres

Especialista en tecnología en logística

Universidad Industrial de Santander

Instituto de proyección regional y educación a distancia

Gestión empresarial

Bucaramanga, Santander

2026

**Tabla de contenido**

Introducción.....	13
1. Análisis General Del Sector.....	15
1.1. Descripción Del Sector.....	15
1.2. Evolución Del Sector.....	19
1.3. Tendencias Del Sector.....	22
1.4. Identificación De Oportunidades y Amenazas.....	24
1.5. Marco Legal.....	26
1.6. Contexto Geográfico.....	29
2. Estudio De Mercados.....	32
2.1. Descripción Del Producto o Servicio.....	32
2.1.1. Descripción, Usos y Especificaciones Del Producto/Servicio.....	32
2.1.2. Atributos Diferenciadores.....	33
2.2. Segmento De Mercado.....	34
2.3. Estudio De La Demanda.....	35
2.3.1. Necesidades De Información.....	35
2.3.2. Tipo De Estudio.....	36
2.3.3. Enfoque .....	36
2.3.4. Fuentes De Información.....	36
2.3.5. Técnicas De Investigación.....	37
2.3.6. Instrumento Para La Recolección De Información.....	37
2.3.7. Modo De Aplicación.....	37
2.3.8. Cálculo De La Muestra.....	37
2.3.9. Alcance .....	38
2.3.10. Tiempo De Aplicación.....	38
2.3.11. Tabulación, Presentación y Análisis de Resultados.....	39
2.3.12. Estimación de la demanda actual.....	57
2.3.13. Estimación De La Demanda Efectiva.....	58
2.3.14. Proyección De La Demanda Para Los Próximos 5 Años.....	59
2.4. Análisis De La Oferta.....	60
2.5. Descripción Del Producto O Servicio Mínimo Viable.....	63

2.5.1. Descripción, Usos Y Especificaciones Del Producto O Del Servicio.....	63
2.5.2. Atributos Diferenciadores Del Servicio Con Respecto a La Competencia.....	64
2.6. Estructura De Comercialización Y De Distribución.....	65
2.6.1. Comercialización.....	65
2.6.2. Distribución.....	65
2.7. Estrategia Para La Fijación De Precios.....	66
2.8. Relacionamiento Con Los Clientes.....	67
2.8.1. Estrategias De Comunicación.....	67
2.8.2. Presupuesto De Comunicación.....	68
3. Estudio Técnico.....	69
3.1. Tipo De Proyecto.....	69
3.2. Desarrollo Operativo Del Proyecto.....	70
3.2.1. Ficha Técnica Del Producto Mínimo Viable.....	70
3.2.2. Descripción y Diagramación De Actividades Clave.....	74
3.2.3. Características Del Sistema SG-SST.....	77
3.2.4. Análisis Ambiental.....	80
3.2.5. Recursos Clave.....	81
3.2.6. Distribución De La Planta.....	86
3.2.7. Localización.....	87
3.2.8. Control De Calidad.....	91
3.3. Capacidad Del Proyecto.....	93
3.3.1. Capacidad Total Diseñada.....	95
3.3.2. Capacidad Instalada Restaurante De Comida Típica Colombiana.....	95
3.3.3. Capacidad Utilizada Y Proyectada.....	96
4. Estudio Administrativo.....	97
4.1. Forma De Constitución.....	97
4.2. Estructura Organizacional.....	98
4.2.1. Misión .....	99
4.2.2. Visión .....	99
4.2.3. Valores Corporativos.....	99
4.2.4. Organigrama.....	101

4.2.5. Asignación Salarial.....	101
5. Estudio Financiero.....	102
5.1. Inversión Fija Y Diferida.....	102
5.1.1. Inversión Fija.....	102
5.1.2. Inversión Diferida.....	106
5.2 Costos Y Gastos.....	107
5.2.1. Costos De Producción O Costos De Prestación Del Servicio O Costos De Comercialización.....	107
5.2.2 Gastos Totales De Administración Y Ventas.....	110
5.3. Capital De Trabajo.....	112
5.3.1. Periodo De Capital De Trabajo.....	112
5.3.2. Estructura De Crédito.....	113
5.3.3. Cuadro Resumen Del Capital De Trabajo.....	113
5.4. Inversión Total.....	114
5.5. Estructura De Capital.....	114
5.5.1 Recursos Propios.....	114
5.5.2 Recursos De Financiación.....	115
5.6. Precio De Venta.....	115
5.7. Estados Financieros Proyectados.....	115
5.7.1 Estado De Resultados Proyectado.....	115
5.7.2. Flujo De Fondos Proyectado.....	116
5.7.3 Estado De Situación Financiera Inicial Y Proyectado.....	117
5.8. Evaluación Financiera.....	119
5.8.1 Razones Financieras.....	119
5.8.2 Indicadores De Viabilidad.....	123
5.9. Tamaño Del Proyecto.....	125
Conclusiones.....	127
Recomendaciones.....	129
Referencias Bibliográficas.....	131
Apéndices.....	136

**Lista de figuras**

Figura 1. Variación total de ingresos nominales.....	16
Figura 2. Producto interno bruto de Santander y Colombia (2015-2022).....	17
Figura 3. Mapa del municipio del Socorro.....	31
Figura 4. Rango de edad.....	39
Figura 5. Perfil.....	40
Figura 6. Consumo en restaurantes.....	42
Figura 7. Frecuencia de consumo.....	43
Figura 8. Ocasión de compra.....	45
Figura 9. Factor importante de compra.....	47
Figura 10. Importancia valor nutricional.....	48
Figura 11. Pago por almuerzo típico colombiano.....	50
Figura 12. Método de pago preferido.....	51
Figura 13. Intención de compra en el restaurante de comida típica colombiana.....	52
Figura 14. Ubicación del restaurante en el municipio del Socorro.....	54
Figura 15. Preferencia de beneficios para vincularse al restaurante.....	55
Figura 16. Medio de información de promociones y descuentos.....	57
Figura 17. Diagrama de procedimientos.....	76
Figura 18. Distribución de la planta.....	87
Figura 19. Macro localización.....	88
Figura 20. Diagrama de flujo del proceso de servicio al cliente.....	94
Figura 21. Organigrama restaurante de comida típica colombiana.....	101
Figura 22. Punto de equilibrio.....	125

**Lista de tablas**

Tabla 1. Rango de edad.....	39
Tabla 2. Perfil.....	40
Tabla 3. Frecuencia de consumo.....	41
Tabla 4. Frecuencia de consumo en restaurantes.....	43
Tabla 5. Ocasión de compra.....	44
Tabla 6. Factor importante de compra.....	46
Tabla 7. Importancia valor nutricional.....	48
Tabla 8. Pago por almuerzo típico colombiano.....	49
Tabla 9. Método de pago preferido.....	50
Tabla 10. Intención de compra en el nuevo restaurante de comida típica colombiana.....	52
Tabla 11. Ubicación del restaurante en el municipio del Socorro.....	53
Tabla 12. Preferencia de beneficios para vincularse al restaurante.....	55
Tabla 13. Medio de información de promociones y descuentos.....	56
Tabla 14. Demanda efectiva proyectada.....	59
Tabla 15. Demanda actual proyectada.....	60
Tabla 16. Oferta de gastronomía típica en el municipio del Socorro.....	61
Tabla 17. Presupuesto de lanzamiento del restaurante de comida típica.....	68
Tabla 18. Presupuesto de operación restaurante de comida típica colombiana.....	69
Tabla 19. Ficha técnica producto mínimo viable.....	70
Tabla 20. Ficha técnica ajiaco santafereño.....	71
Tabla 21. Ficha técnica mute santandereano.....	72
Tabla 22. Ficha técnica carne a la llanera.....	72
Tabla 23. Ficha técnica bandeja paisa.....	73

Tabla 24. Estándares mínimos para empresas SG-SST.....	77
Tabla 25. Nómina de talento humano.....	81
Tabla 26. Equipo de oficina.....	82
Tabla 27. Equipo de computación y comunicación.....	82
Tabla 28. Maquinaria y equipo.....	82
Tabla 29. Muebles y enseres.....	83
Tabla 30. Herramientas, repuestos y accesorios.....	84
Tabla 31. Materiales directos, insumos o mercancías para la venta.....	84
Tabla 32. Materiales indirectos.....	85
Tabla 33. Metros de área definida.....	86
Tabla 34. Micro localización método cuantitativo por puntos.....	89
Tabla 35. Capacidad diseñada del restaurante de comida típica colombiana.....	95
Tabla 36. Capacidad diseñada del restaurante de comida típica colombiana.....	96
Tabla 37. Capacidad utilizada y proyectada.....	96
Tabla 38. Asignación salarial nómina.....	101
Tabla 39. Inversión fija.....	102
Tabla 40. Equipo de oficina.....	103
Tabla 41. Equipo de computación y comunicación.....	103
Tabla 42. Maquinaria y equipo.....	104
Tabla 43. Muebles y enseres operativos de producción.....	105
Tabla 44. Herramientas, accesorios y repuestos.....	106
Tabla 45. Inversión diferida.....	106
Tabla 46. Prorrateso entre costos y gastos.....	107

Tabla 47. Costos fijos.....	107
Tabla 48. Costos variables.....	108
Tabla 49. Materias primas.....	108
Tabla 50. Mano de obra directa.....	109
Tabla 51. Materiales indirectos.....	109
Tabla 52. Costos totales.....	110
Tabla 53. Gastos de administración y ventas.....	110
Tabla 54. Gastos fijos de administración y ventas.....	110
Tabla 55. Costo nómina administrativa.....	111
Tabla 56. Gastos variables de administración y ventas.....	111
Tabla 57. Costo nómina de ventas.....	111
Tabla 58. Estructura de crédito.....	113
Tabla 59. Amortización del crédito.....	113
Tabla 60. Inversión del capital de trabajo para el periodo semestral.....	113
Tabla 61. Inversión total.....	114
Tabla 62. Estructura de capital.....	114
Tabla 63. Precio de venta.....	115
Tabla 64. Estado de resultados proyectado.....	115
Tabla 65. Flujo de fondos proyectado.....	116
Tabla 66. Estado de situación financiera inicial y proyectado.....	117
Tabla 67. Razones de liquidez.....	119
Tabla 68. Razones de operación.....	120
Tabla 69. Razones de rentabilidad.....	121

Tabla 70. Razones de endeudamiento.....	122
Tabla 71. Indicadores de viabilidad.....	123
Tabla 72. Flujo de efectivo.....	123
Tabla 73. TIR.....	124
Tabla 74. VPN.....	124
Tabla 75. Punto de equilibrio.....	125

**Lista de apéndices**

<b>Apéndice A.</b> Encuesta.....	136
<b>Apéndice B.</b> Cotización SST.....	140
<b>Apéndice C.</b> Cotización análisis ambiental.....	144
<b>Apéndice D.</b> Cotización equipos electrónicos.....	145
<b>Apéndice E.</b> Cotización equipos industriales.....	146
<b>Apéndice F.</b> Cotizaciones muebles, enseres, utensilios y equipos.....	150
<b>Apéndice G.</b> Cotizaciones de equipos de oficina, comunicación y herramientas.....	156

### **Resumen.**

**Título:** Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida típica colombiana en el municipio del Socorro.

**Autores:** Yina Jimena Mejía Mejía y Johann Sebastián Manrique Barbery.

**Palabras clave:** factibilidad, gastronomía, restaurante, estudio.

Este proyecto tiene como propósito realizar un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida típica santandereana en el municipio del Socorro, Santander, a partir de un estudio de mercado, técnico, administrativo y financiero. Se utiliza una metodología investigativa de tipo exploratorio y descriptivo con un enfoque mixto en el que se integran fuentes de información primarias y secundarias, se aplica una encuesta a 150 personas mayores de 18 años, quienes responden a 13 preguntas, donde se obtiene como resultado que el 96,67% de la población, acepta la creación de este nuevo restaurante. De la misma forma, a partir del análisis financiero se determina la inversión inicial y su proyección a cinco años, obteniendo como resultado un TIR de 30,5% y un punto de equilibrio de 13,27% sobre la capacidad instalada equivalente a 106.920 platos típicos colombianos al año. En este sentido, la implementación de este restaurante representa una importante oportunidad de crecimiento para el sector gastronómico del municipio del Socorro al contribuir directamente al crecimiento de la economía local, generación de empleo y la preservación de las tradiciones gastronómicas de Santander. Este proyecto responde a las preferencias del mercado y se posiciona como una alternativa con alto potencial de éxito

\* Trabajo de Grado

\*\* Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Director: Alejandro Mantilla Caceres. Ingeniero Industrial

### Abstract

**Title:** Feasibility study for the creation of a restaurant serving traditional Colombian cuisine in the municipality of Socorro.

**Authors:** Yina Jimena Mejía Mejía and Johann Sebastián Manrique Barbery.

**Keywords:** feasibility, gastronomy, restaurant, study.

The purpose of this project is to conduct a feasibility study for the establishment of a restaurant serving traditional Santanderean cuisine in the municipality of Socorro, Santander, based on market, technical, administrative, and financial analyses. An exploratory and descriptive research methodology is used with a mixed-methods approach that integrates primary and secondary sources of information. A survey was administered to 150 people over the age of 18, who answered 13 questions, revealing that 96.67% of the population supports the creation of this new restaurant. Similarly, the financial analysis determines the initial investment and its five-year projection, yielding an IRR of 30,5% and a break-even point of 13.27% based on an installed capacity equivalent to 106,920 traditional Colombian dishes per year. In this regard, the launch of this restaurant represents a significant growth opportunity for the gastronomic sector in the municipality of Socorro, as it directly contributes to the growth of the local economy, job creation, and the preservation of Santander's culinary traditions. This project aligns with market preferences and is positioned as an option with high potential for success.

\* Trabajo de Grado

\*\* Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Director: Alejandro Mantilla Caceres. Ingeniero Industrial

### **Introducción.**

El estudio de factibilidad que aquí se presenta tiene como propósito evaluar integralmente la creación de Antepasados S.A.S., un proyecto gastronómico enfocado en la oferta de comida típica santandereana en el municipio de El Socorro. Este análisis busca determinar si la iniciativa cuenta con los requerimientos técnicos, comerciales, administrativos y financieros para su puesta en marcha, considerando la importancia que tiene la gastronomía regional como enlace cultural y como base de la economía local y del turismo.

El proyecto surge de la necesidad identificada en el mercado local, donde se evidencia una oferta limitada en términos de especialización culinaria, estandarización de procesos, gestión de personal y narrativa de marca, basadas en la tradición cultural colombiana. Esta carencia, sumada al creciente interés del público por productos tradicionales, configura el escenario adecuado para la puesta en marcha de un concepto diferenciado y competitivo como Antepasados S.A.S.

El documento está estructurado en cinco capítulos. El capítulo uno presenta el análisis general del sector gastronómico, abordando su descripción, evolución, tendencias, oportunidades y amenazas, además del marco legal y el contexto geográfico donde se desarrolla el proyecto. El capítulo dos corresponde al estudio de mercados, donde se describen los productos y servicios, el segmento objetivo, la demanda, la oferta, el producto mínimo viable, la estrategia de comercialización, la fijación de precios y el presupuesto de comunicación.

En el capítulo tres se re el estudio técnico, el cual comprende el tipo de proyecto, el proceso operativo, los recursos clave, la distribución de planta, la localización y el control de calidad, así como la determinación de la capacidad total, instalada y utilizada. El capítulo cuatro aborda el estudio administrativo, incluyendo la forma de constitución de la empresa, su

estructura organizacional, misión, visión, valores corporativos, organigrama y asignación salarial.

Finalmente, el capítulo cinco presenta el estudio financiero, donde se detallan las inversiones, los costos y gastos, el cálculo del capital de trabajo, la estructura de capital, los estados financieros proyectados y la evaluación económica mediante indicadores como el Valor Presente Neto, la Tasa Interna de Retorno, el punto de equilibrio y el período de recuperación.

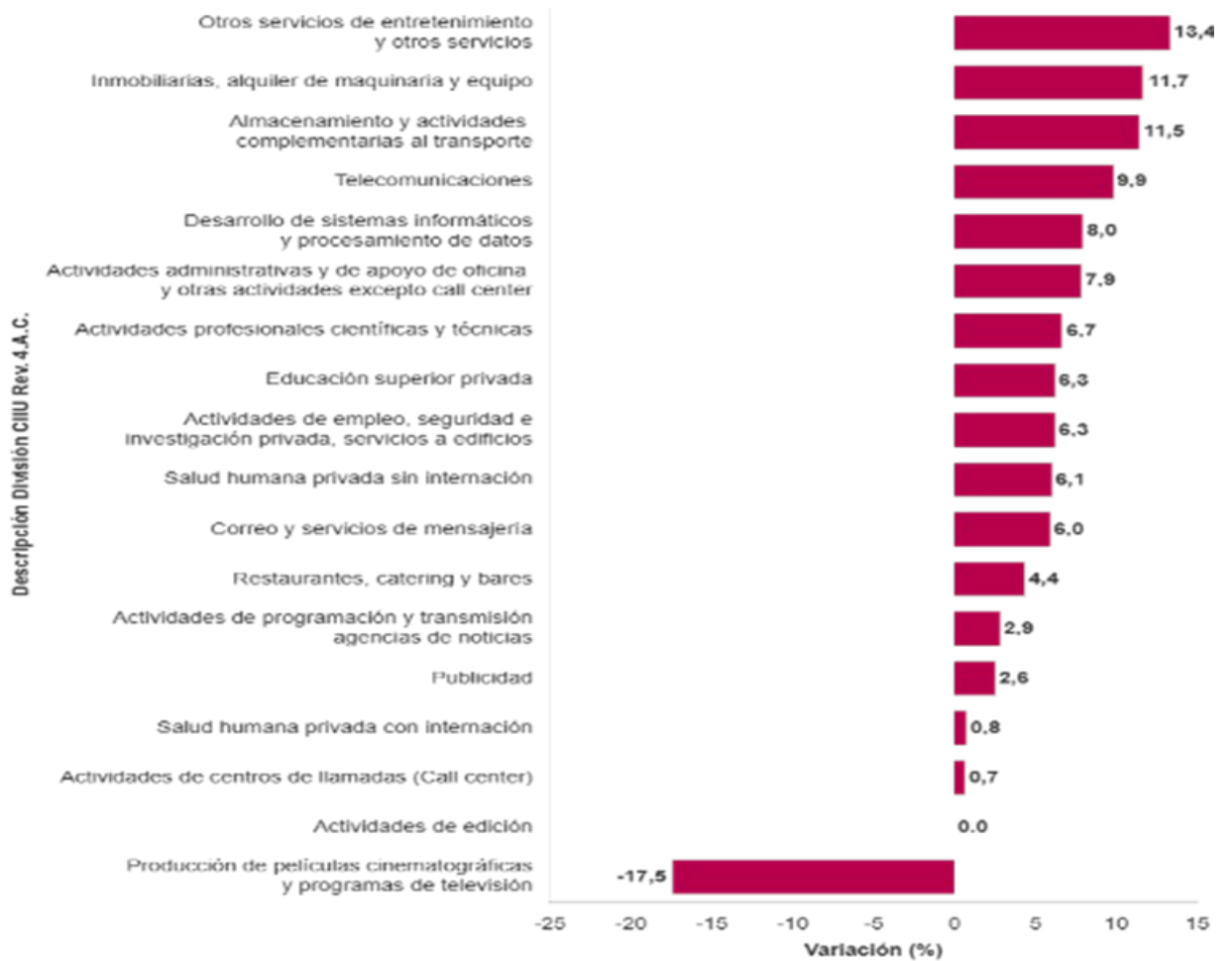
En resumen, este estudio busca determinar si Antepasados S.A.S. es un emprendimiento viable y sostenible, capaz de contribuir al fortalecimiento cultural y gastronómico del municipio, y de posicionarse como una alternativa atractiva y diferenciada dentro del mercado local.

## **1. Análisis General Del Sector**

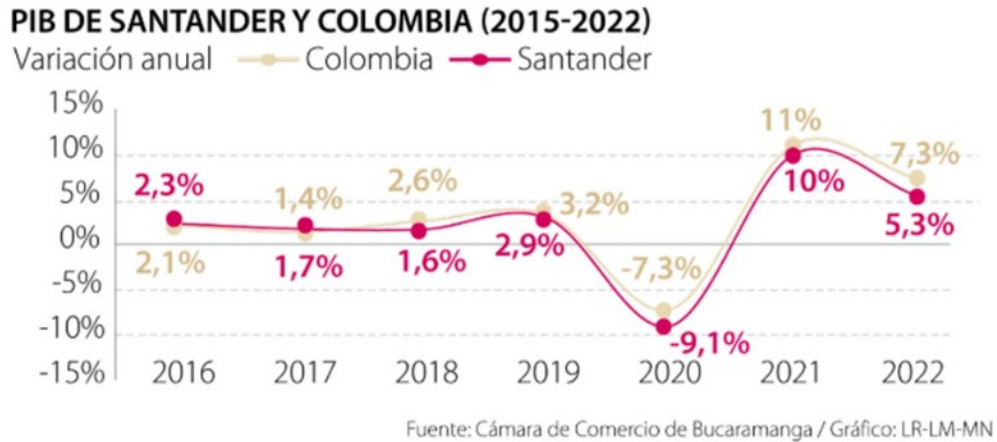
### **1.1. Descripción Del Sector**

En Colombia la actividad económica se divide en tres sectores: primario, secundario y terciario. El sector primario agrupa el conjunto de actividades asociadas a la transformación de los recursos naturales: ganadería, pesca, caza, agricultura, minería, etc. Por su parte, el sector secundario se encarga de la transformación de los recursos para la producción de bienes finales, en este sector encontramos a la industria de alimentos procesados, manufactura, construcción, agroindustria, entre otros. Por último, el sector terciario se encarga de la prestación de servicios en los que se incluyen algunas actividades como: comercio, transporte, almacenamiento, salud, hotelería y restaurantes.

Por tanto, el sector de restaurantes hace parte del sector terciario pues su actividad económica se enfoca en la prestación del servicio relacionado a la venta de alimentos y bebidas, es así que la Cámara de Comercio, lo registra con el código CIIU 5611, donde se incluye la preparación y expendio de alimentos a la carta, para consumo inmediato, mediante el servicio a la mesa. (DIAN – Dirección de impuestos y aduanas nacionales, 2021).

**Figura 1.***Variación total de ingresos nominales*

Nota. La figura 1 representa el porcentaje de participación de cada uno de los subsectores del sector de servicios durante lo corrido del año 2025. Este gráfico proporciona una representación visual de la variación positiva que ha tenido el subsector que cubre a los restaurantes con un crecimiento de 4,4%, convirtiéndose en un factor de gran importancia en el crecimiento general del sector de servicios en Colombia. (DANE, 2025).

**Figura 2.***Producto interno bruto de Santander y Colombia (2015-2022)*

Nota. La figura 2 muestra el crecimiento del PIB en el departamento de Santander y Colombia (2015-2022), lo cual evidencia la gran importancia que tiene la economía del departamento dentro de la economía nacional. (Cámara de comercio de Bucaramanga, 2022).

López (2024) resalta que la economía del departamento de Santander tiene una gran relevancia en la economía colombiana, donde se destacan las industrias manufactureras como la principal actividad económica del departamento. El sector del comercio en el año 2023, presentó un crecimiento considerable impulsado especialmente por la venta de alimentos y bebidas. Es evidente que el departamento de Santander cuenta con un alto potencial de crecimiento económico en el largo plazo impulsado especialmente por el sector de manufactura, el comercio incluyendo el turismo y el sector agropecuario.

A nivel internacional, el sector de alojamiento y servicios de comida ha enfrentado importantes retos durante los últimos años. La pandemia de COVID-19 impactó profundamente su operación, generando cierres prolongados, cambios en los hábitos de consumo y una creciente dependencia de los canales digitales. A esto se suman fenómenos como el aumento global en los

precios de los alimentos, las interrupciones en las cadenas de suministro y los efectos del cambio climático, que han alterado la disponibilidad y el costo de ingredientes esenciales. Además, las políticas de recuperación económica han motivado a muchos países a apoyar iniciativas que promuevan el turismo gastronómico, la formación de talento humano y la formalización del empleo en este ámbito.

En el contexto colombiano, el sector de alojamiento y servicios de comida representa una de las actividades económicas más relevantes por su capacidad de generar empleo, dinamizar el turismo y estimular cadenas productivas regionales. De acuerdo con el informe sectorial presentado por la ANDI (2023), la industria gastronómica aporta el 3,9% del PIB nacional y genera cerca de 1,5 millones de empleos, siendo un motor clave para la economía del país. Sin embargo, se enfrenta a desafíos estructurales como la informalidad, la alta rotación de personal, el aumento de costos operativos y una carga tributaria que limita la sostenibilidad de muchos negocios, especialmente los pequeños y medianos. Según la ANDI (2023), el encarecimiento de insumos como el aceite, los huevos, el pollo, el gas y la electricidad ha tenido un impacto directo en los márgenes de rentabilidad del sector, obligando a los empresarios a replantear sus estrategias. A pesar de ello, hay un panorama de recuperación y crecimiento, especialmente gracias a la innovación en servicios, la implementación de modelos de negocio digitales y la mejora de las experiencias del cliente.

Según la (Barra, 2025), factores como las reformas laborales y tributarias han aumentado los costos operativos de este sector, lo cual provoca un impacto en la rentabilidad. Sin embargo, factores como el crecimiento de los hogares, la urbanización y el crecimiento del turismo favorecen su crecimiento y recuperación. Entre los años 2024 y 2032, se espera un crecimiento del mercado del 5,2%, impulsado por la digitalización y la sostenibilidad en la oferta. Los negocios de hoteles,

restaurantes y cafeterías cuentan con oportunidades de crecimiento, impulsadas por la capacidad de adaptarse a las preferencias del consumidor y el mejoramiento de la eficiencia operativa, elementos claves en el entorno económico cambiante.

En el departamento de Santander, el sector de restaurantes tiene una notable presencia empresarial y laboral. Según datos de la Cámara de Comercio de Bucaramanga (2022), existen 6.883 empresas registradas en esta actividad económica, predominando las microempresas, que representan el 99,1% del total. Este sector también se destaca por su participación femenina: el 58,9% de las unidades productivas están lideradas por mujeres, y una parte significativa supera los diez años de funcionamiento. En términos de empleo, se vinculan 10.496 personas, de las cuales el 46,1% son mujeres. Durante 2022 se crearon 1.131 nuevas empresas, con una inversión acumulada de \$7.467 millones de pesos corrientes. Estas nuevas iniciativas también reflejan un liderazgo femenino, con un 59% dirigidas por mujeres, y generan 925 empleos, de los cuales más de la mitad son ocupados por mujeres. Además, se observa una dinámica de crecimiento en municipios fuera del área metropolitana, siendo San Gil, Barbosa y El Socorro los más representativos en términos de nuevos emprendimientos, según datos de la Cámara de Comercio de Bucaramanga (2025).

## **1.2. Evolución Del Sector**

La gastronomía ha sido reconocida a lo largo de la historia como una ciencia que permite explorar las dinámicas culturales de una sociedad. Este enfoque no solo valora la cocina como el arte de preparar alimentos, sino como una herramienta para comprender la identidad cultural, histórica y social de un pueblo. (Delgado, 2024).

Sánchez. (2023) realiza un análisis de la evolución de la gastronomía colombiana que se remonta a varios siglos atrás dónde los primeros pobladores basaban su alimentación en cereales

como el maíz, frijol, trigo, cebada y tubérculos. Con el paso de los años y el proceso de la conquista empiezan a aparecer nuevos frutos en los territorios indígenas como las naranjas, limones, garbanzos y habas. Por otra parte, en esta época los encomenderos criaban en sus fincas ganado, gallinas, cabras, cerdos y ovejas y a partir del producto de ordeño fabricaban queso y productos lácteos destinados a la comercialización y abastecimiento de las nuevas y crecientes poblaciones españolas. Entre los siglos XVII y XIX, marcados por reformas y guerras, la sal se convirtió en un producto básico para el consumo y la conservación de la carne. Además, se empezaron a incluir en la alimentación productos como: papa, arroz, plátanos, panela y cacao para producir chocolate.

El sector gastronómico en Colombia se ha ido recuperando tras la reapertura económica después de la pandemia. En la actualidad el turismo ha impulsado el crecimiento y ha permitido volver la mirada a la importancia que tiene este en el desarrollo económico del país. (Report news Colombia, 2025), afirma que en el departamento de Santander la gastronomía se ha convertido en un factor importante para el crecimiento económico. Hoy en día la oferta culinaria se ha vuelto en uno de los principales atractivos para los turistas al ofrecer propuestas únicas y originales.

La ubicación geográfica, la belleza de la gente, la diversidad de naturaleza y las tradiciones gastronómicas y culturales, hacen que el país sea un destino atractivo. De hecho, un estudio realizado por Booking mostró que el 88% de los viajeros afirman que una de sus principales motivaciones a la hora de elegir un destino en el territorio es la degustación de la cocina local. (Sánchez, 2023).

Según Gutiérrez (2025), entre los años 2019 y 2024 el sector gastronómico ha presentado cambios importantes. En el año 2019 el crecimiento de las ventas fue del 5%, sin embargo, en el año 2020 a raíz de la pandemia del Covid-19 se produjo una contracción del 37% y este sector tuvo que enfrentarse a cambios significativos encaminados en la adaptación del uso de plataformas

tecnológicas para poder prestar sus servicios atender y adaptarse al uso de delivery para la entrega de productos.

En el año 2020, el sector gastronómico se vio gravemente afectado por la llegada de la pandemia, a causa de los cierres obligatorios de establecimientos comerciales decretados por el gobierno. Esto generó una significativa pérdida de empleos y el cierre definitivo de numerosos restaurantes que no lograron adaptarse al uso de la tecnología como herramienta principal para mantener sus operaciones. Gran parte de los establecimientos que pudieron continuar, se vieron obligados a endeudarse para poder asumir los requerimientos sanitarios e implementar plataformas digitales que les permitieran la prestación de sus servicios. Durante los años 2021 y 2022 tras la reactivación económica las ventas se recuperaron en 26% en el año 2021 y 24% en el año 2022, pero los ingresos no reportaron el mismo crecimiento debido a que la gran mayoría de restaurantes que sobrevivieron a la pandemia tuvieron que hacer el pago de las deudas necesarias para poder operar y la alta inflación de los alimentos presionó cada vez más los costos lo que hizo que la recuperación no pudiera verse reflejada. (Lorduy, 2023).

Para el año 2023 el segmento que incluye a restaurantes, hoteles y cafeterías, representó en el país un 3,9% de PIB en el año 2023. Por su parte, en el año 2024 este sector que agrupa a más de 2038 restaurantes a nivel nacional y genera más de 34.822 empleos en el país atraviesa una coyuntura compleja relacionada a la alta incertidumbre, pues el año 2023 tuvo un crecimiento bajo donde se evidencia la priorización de las necesidades básicas en los hogares. Según cifras del DANE el índice de producción industrial tuvo una caída de -6,7% comparado con el año anterior (ANDI, 2023).

Según La Barra (2025), los restaurantes hacen parte de uno de los subsectores con mayor proyección para el año 2025. A pesar del aumento de los costos operativos, asociados a la

disminución de la jornada laboral y a los impuestos al consumo, este sector se ha mantenido resiliente. Asimismo, se evidencian cambios significativos en las tendencias de consumo hacia alimentos saludables, ingredientes locales y el uso de empaques ecológicos; transformaciones que se asocian principalmente a la digitalización.

### **1.3. Tendencias Del Sector**

Hernández (2025) considera a Colombia un paraíso gastronómico, factores como la ubicación geográfica y el mestizaje han convertido al país en un lugar potencial para visitantes del mundo interesados en degustar sabores tradicionales de Latinoamérica. Colombia, al ser un país muy biodiverso cuenta con la capacidad de producir bienes agrícolas de gran calidad y renombre mundial, los cuáles juegan un papel trascendental en la calidad de la gastronomía.

En cada región del país se cultivan diferentes productos que son la base de la alimentación de las familias, es por esta razón que Colombia cuenta con gran variedad de platos típicos que le brindan variedad cultural. La gran diversidad gastronómica no solo está relacionada con los ingredientes que producen en cada lugar, sino también con las tradiciones, costumbres y técnicas utilizadas para la preparación de las comidas las cuáles enriquecen a cada familia.

En el artículo publicado por (American retail, 2024), se menciona que las tendencias de consumo actuales se han visto afectadas por las alzas en los productos de la canasta familiar y el impacto que ha generado en la capacidad de poder adquisitivo de los ciudadanos. Actualmente se identifica la preferencia de consumo hacia platillos más elaborados que requieren mayor tiempo de preparación y contienen gran cantidad de ingredientes. Por tanto, se evidencia que los consumidores aprecian las preparaciones con sabores auténticos que los conectan con la cultura.

La cocina tradicional proporciona identidad a cada una de las regiones del país. Sin embargo, todos los platos típicos colombianos se componen de proteínas, verduras y frutas cultivadas dentro del territorio. “La cocina tradicional está enmarcada dentro de uno de los ejes fundamentales del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Nación, entendiéndose como una expresión que va más allá de hacer una receta. Ella, en sí misma, cuenta historias y es la encargada de solidificar la identidad en las manos de su pueblo. (Gómez, 2025)”.

Según Gómez (2025, como se cita en Sánchez,) “En las grandes ciudades estamos perdiendo la memoria gastronómica, y eso pasa porque llegan influencias de otros lugares y porque aparecen productos quizá más llamativos, no necesariamente más sabrosos”. Actualmente las tendencias de consumo gastronómico se dirigen hacia otro tipo de alimentos que han llegado por medio de la globalización. Por su parte, la comida típica también se ha transformado para adaptarse a las nuevas técnicas y preferencias que mezclan ingredientes y sabores de otras culturas.

La cocina tradicional es la que está más cerca de todos y es la que más ha ido desapareciendo. Está más cerca en técnicas, en productos y en preparaciones y por supuesto en valoraciones. Es una cocina que se está volviendo exótica porque se ha perdido la herencia culinaria y comienza a volverse un recuerdo. (Gómez, 2023). Es evidente que, aunque se ha perdido el valor y el reconocimiento de la cocina ancestral los platillos y sabores trascenderán con el tiempo pues permiten la diversificación de las culturas, fortalecen el sentido de pertenencia de la comunidad y son una fuente importante para el turismo y la economía de la región.

En el artículo publicado por (La Barra 2025) expone que el subsector de los restaurantes atraviesa un panorama de constante transformación, en el que la digitalización, la adaptación a nuevas tendencias de consumo y la sostenibilidad se consolidan como estrategias clave para el crecimiento. La digitalización contribuye a optimizar los procesos operativos y a mejorar la

experiencia del cliente mediante herramientas de análisis de datos e inteligencia artificial. A su vez, la sostenibilidad se ha convertido en una necesidad, reflejada en prácticas como el uso de ingredientes locales, la reducción de desperdicios, la adopción de energías limpias y la implementación de empaques ecológicos. De la misma manera, la creciente demanda de alimentos sin gluten, lactosa o fructosa orienta la gastronomía hacia estándares de seguridad alimentaria y dietas más saludables. Estas tendencias muestran un futuro en el que la innovación, la conciencia ambiental y la diversidad alimentaria resultan indispensables para garantizar la competitividad y la sostenibilidad del sector restaurantero.

#### **1.4. Identificación De Oportunidades y Amenazas**

Oportunidades:

El crecimiento del turismo sostenible representa una oportunidad clave, ya que Socorro forma parte de la Red de Pueblos Patrimonio de Colombia y está certificado como destino turístico sostenible por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Esta certificación atrae a un mayor flujo de visitantes nacionales e internacionales interesados en experiencias culturales auténticas, impulsando la demanda por ofertas gastronómicas locales.

Otro factor favorable es el énfasis en la sostenibilidad y el consumo responsable, impulsado por políticas nacionales que promueven prácticas ecológicas en el sector Horeca (hoteles, restaurantes y cafés). Esto incluye el uso de ingredientes locales frescos, lo que no solo reduce impactos ambientales, sino que también fomenta alianzas con productores regionales y atrae a turistas conscientes del medio ambiente.

La digitalización acelerada del sector gastronómico en Colombia representa una oportunidad significativa para expandir el alcance del restaurante. Plataformas de domicilio, junto

con sistemas de reservas en línea, menús digitales, pagos electrónicos e incluso plataformas de streaming, transforman la experiencia del cliente y permiten atraer a un público más amplio, incluyendo estudiantes, visitantes y turistas a través de marketing en redes y presencia en línea. Esta tendencia, impulsada por la necesidad de adaptarse al comercio electrónico, se consolida como esencial para mantener la competitividad

#### Amenazas:

La inestabilidad económica a causa de factores como la inflación, provoca el alza en los precios de las materias primas, como verduras, frutas, harinas y carnes, lo cual puede acarrear la afectación a los precios finales a causa del aumento en los costos de producción y limitar la posibilidad de mantener precios competitivos.

Los cambios en las tendencias de consumo se reflejan principalmente en los hábitos y prioridades de los clientes al momento de elegir dónde y cómo alimentarse. En la actualidad, las personas buscan opciones saludables y equilibradas, teniendo en cuenta el contenido calórico, de grasas y vitaminas. Asimismo, los consumidores muestran preferencia por menús ligeros, de rápida preparación y consumo, que además resulten asequibles.

La variación de temporadas de bajo turismo o actividad estudiantil por motivos de vacaciones provoca la disminución de la demanda lo cual afecta la recepción de los ingresos.

La competencia de restaurantes de comida típica que ya operan en el municipio del Socorro cuenta con una clientela fidelizada, lo que obliga a implementar sólidas estrategias de diferenciación basadas en la calidad, la innovación y la experiencia.

### 1.5. Marco Legal

Código Sustantivo del Trabajo (Decreto 2663 de 1950 y sus modificaciones): Regula todo lo relacionado con la contratación de empleados: tipos de contratos (fijo, indefinido, por obra), jornadas laborales, salarios, prestaciones sociales, seguridad social (EPS, ARL, pensiones, cajas de compensación), y normas de higiene y seguridad laboral. También es importante cumplir las normas sobre recargos nocturnos, dominicales y festivos, dado que en restaurantes estos horarios son habituales.

Ley 9 de 1979: Esta ley dicta medidas sanitarias, enfocadas hacia la protección del medio ambiente, suministro de agua, saneamiento de alimentos, medicamentos y cosméticos con el fin de proteger la salubridad pública y brindar seguridad al consumo de estos productos dentro del país. Esta ley establece los requisitos higiénicos y sanitarios que deben cumplir los establecimientos que preparan y comercializan alimentos donde se incluye el sector de restaurantes, que debe cumplir con todos los lineamientos de seguridad alimentaria.

Ley 140 de 1994: Regula el uso de avisos y publicidad exterior visual, aspecto clave en la imagen y promoción de los restaurantes.

Ley 232 de 1995: Determina los requisitos que deben cumplir los establecimientos comerciales para su funcionamiento, incluyendo licencias, certificados y permisos de operación.

Ley 399 de 1997: Por medio de esta ley se regula la expedición y renovación de registros sanitarios para la producción y comercialización de alimentos y otros productos por medio de normativas establecidas por el INVIMA.

Ley 99 de 1993 y Decreto 1076 de 2015 (Normas Ambientales): Si generas residuos sólidos, grasas, aceites, o contaminantes, se debe cumplir con las disposiciones ambientales, como el manejo de residuos peligrosos o vertimientos.

Decreto 60 de 2002: Este decreto busca asegurar la inocuidad de los alimentos a través de la identificación, evaluación y control de los peligros que puedan afectar la salud del consumidor.

Resolución 5109 de 2005: Establece los requisitos sanitarios que deben cumplir los alimentos destinados al consumo humano en todo el país, enfocándose en la calidad e inocuidad.

Ley 1101 de 2006: Modifica disposiciones sobre la actividad turística y exige la inscripción en el Registro Nacional de Turismo (RNT), necesaria si el restaurante busca atender turistas o vincularse al sector.

Decreto 1575 de 2007: Regula el sistema para la protección y control de la calidad del agua para consumo humano, vital para actividades de preparación de alimentos.

Resolución 765 de 2010: Reglamenta los procedimientos para la inspección, vigilancia y control sanitario de los alimentos y bebidas.

Ley 1480 de 2011: Esta ley protege los derechos de los consumidores en Colombia en cuanto a recibir productos de calidad, derecho a información, precios visibles y publicidad veraz.

Ley 1562 de 2012 (Sistema General de Riesgos Laborales): Obliga a afiliarse a todos los empleados a una ARL (Administradora de Riesgos Laborales) para prevenir y atender accidentes o enfermedades laborales.

Ley 1575 de 2012 (Normas de Bomberos): Relacionadas con la prevención de incendios: tener extintores, señalización de evacuación, y cumplir medidas básicas de seguridad en la planta física del restaurante.

Ley 1581 de 2012 y Decreto 1377 de 2013 (Protección de Datos Personales): Si recoges datos de clientes (reservas, domicilios, promociones), debes cumplir con las normas de protección de datos, incluyendo la adopción de una política de tratamiento de datos personales.

Resolución 2674 de 2013: 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.

Decreto 1076 de 2015: Exige implementar un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) para todas las empresas, incluyendo las pequeñas como restaurantes, aunque los requisitos se adaptan según el tamaño de la empresa y su nivel de riesgo, tal como se detalla en estándares mínimos establecidos por la Resolución 0312 de 2019

Resolución 2184 de 2019: En esta resolución emitida por el ministerio de ambiente y desarrollo sostenible, se establece un código de colores para la separación de residuos sólidos en Colombia.

Decreto 343 de 2021 (fortalecimiento de la oferta, calidad y servicio turístico): establece que los establecimientos gastronómicos y bares para ser considerados turísticos, deben cumplir al menos tres requisitos: presencia digital, menú bilingüe, personal uniformado, medios de pago internacionales, reservas en línea o telefónicas, eventos culturales y certificaciones de calidad.

Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 007: Establece requisitos de calidad para establecimientos de alimentos y bebidas, orientados a mejorar la experiencia del cliente y la competitividad del sector.

Certificado de SAYCO y ACINPRO: Documento requerido para establecimientos que reproducen música, protegiendo los derechos de autores e intérpretes.

Publicidad engañosa: Bajo vigilancia de la SIC, toda publicidad debe ser veraz, comprobable y no inducir a error.

## **1.6. Contexto Geográfico**

El municipio del Socorro, capital de la provincia comunera fue fundado en el año 1681, es reconocido por su influencia en la historia de Colombia y en la constitución de su Estado, pues allí se llevaron a cabo una serie de hechos importantes encaminados a la Independencia del país. Hace parte de la red de pueblos patrimonio de Colombia, pues cuenta con una invaluable riqueza histórica.

Se ubica en la cuenca montañosa del oriente, a 1.230 msnm (metros sobre el nivel del mar), estratégicamente se encuentra en un clima cálido del trópico, su temperatura máxima alcanza los 33 °C y la mínima 11 °C, con un promedio de 24 °C. Su pluviosidad se acentúa entre los meses de abril y octubre. Cuenta con una extensión total: 122,1 km<sup>2</sup>, una extensión del área urbana de 219,5 ha, y una extensión área rural de 11 990,5 ha. Está ubicado a 278 km (6 h) de la Capital de la República (Bogotá) y a 121 km (2.30 h) de la Capital del Departamento (Bucaramanga). Los límites territoriales del municipio son: al norte, con los municipios de Cabrera y Pinchote; al sur, con Confines y Palmas del Socorro; al oriente, con Páramo; al occidente, con Simacota y Palmar.

De acuerdo con el último informe del DANE en 2018, el municipio del Socorro cuenta con una población de 32.158 habitantes.

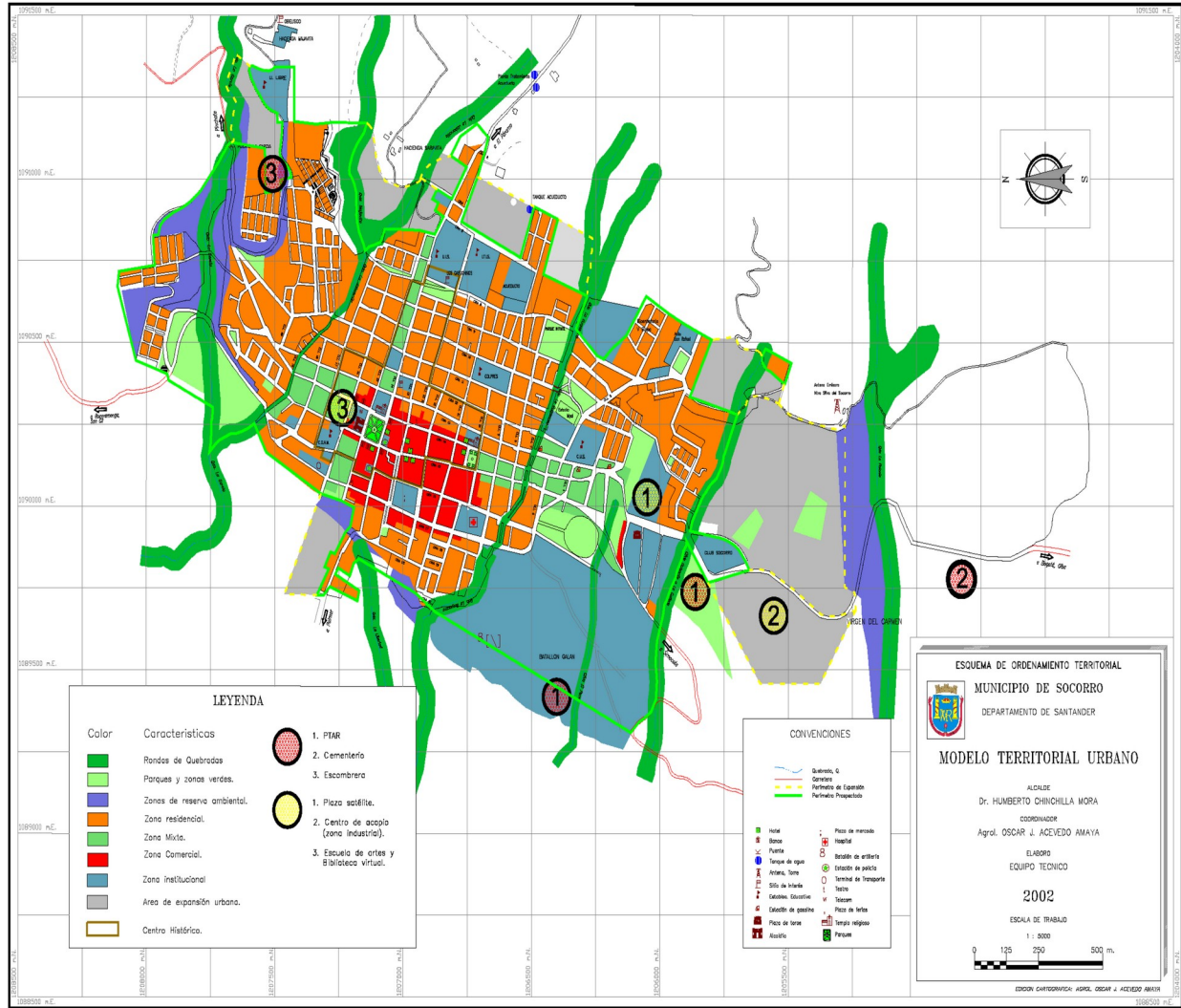
Dentro de sus principales actividades económicas se encuentran: la ganadería, avicultura, apicultura, y la agricultura, siendo los sectores productivos de mayor relevancia. Por su parte, el turismo ha tomado un papel importante dentro de la población, dado a su atractivo cultural como pueblo patrimonio influenciando actividades comerciales en hotelería, comercio, transporte y en el sector gastronómico.

El Socorro cuenta con gran cantidad de zonas verdes, parques, plaza de mercado, iglesias, teatros y museos. Además, tiene la presencia de establecimientos educativos públicos y privados, donde se destaca una sede de la Universidad Industrial de Santander y la Universidad Libre. Por otra parte, cabe resaltar que el municipio cuenta con su propio acueducto, red de luz eléctrica, gas domiciliario y red de televisión e internet local, lo cual le permite satisfacer las necesidades básicas.

El municipio del Socorro se destaca por la creación y capacidad de permanencia de nuevas empresas, a partir de lo cual se puede deducir que este municipio cuenta con un entorno económico favorable para el desarrollo de emprendimientos lo cual evidencia la existencia de políticas de apoyo a emprendedores, acceso a financiamiento, capacitación y programas de formación. Es importante resaltar que este municipio cuenta con un ecosistema empresarial atractivo que fomenta la innovación y el crecimiento económico.

Figura 3.

Mapa del municipio del Socorro



## 2. Estudio De Mercados

### 2.1. Descripción Del Producto o Servicio

#### 2.1.1. *Descripción, Usos y Especificaciones Del Producto/Servicio*

El restaurante de comida típica colombiana ofrece preparaciones elaboradas con ingredientes frescos y cultivados en el país, garantizando platos auténticos que conecten al cliente con las raíces culturales del mismo. La experiencia irá más allá del sabor, cada producto elaborado en estas cocinas tiene como fin esparcir datos culturales e históricos sobre las culturas ancestrales colombianas y hechos trascendentales del país, reforzando así el valor educativo y patrimonial del proyecto.

El restaurante ofrece un menú variado que integra los sabores más representativos de las regiones de Colombia. Dentro de su propuesta gastronómica se incluyen almuerzos con sabor tradicional en formato “ejecutivo” (entrada, plato fuerte y bebida), además de opciones como arepas, patacones, empanadas, tamales, bebidas y postres. Asimismo, se destacan platos especiales, entre ellos el cabro, la lechona, sancocho, ajiaco, la carne a la llanera y otras preparaciones típicas que permiten brindar una experiencia auténtica y diversa de la cocina colombiana.

Se utilizan ingredientes producidos por ganaderos, agricultores locales y empresas certificadas. Todas las presentaciones llevan una tarjeta informativa sobre las culturas, hechos históricos, fauna y flora del país.

El restaurante tendrá una narrativa que haga alusión a las culturas precolombinas del territorio, para tal fin, se ambientará el punto de venta con un menú digital, decoración y vajilla de barro.

### **Producto estrella “La independencia”**

Sancocho de gallina, sopa espesa y sustanciosa preparada con carne de gallina y una gran variedad de verduras. La carne de gallina pasa por un largo proceso de cocción en agua con hierbas y especias hasta lograr una textura tierna de la carne y un caldo bien sazonado. Posteriormente se agregan vegetales, dejando cocinar hasta lograr que todos los ingredientes estén blandos y la sopa tome una contextura espesa. Finalmente, se sirve en un recipiente de barro y se adiciona cilantro fresco cortado finamente. Este platillo es acompañado con arroz blanco, ensalada fresca tradicional y limonada de panela.

#### ***2.1.2. Atributos Diferenciadores***

El restaurante se posiciona como una propuesta gastronómica con un fuerte componente cultural, con el objetivo de crear una relación con el cliente. Su principal atributo diferenciador es el relacionamiento con los clientes, el cual radica en la integración de una experiencia educativa y entretenida, a través de una narrativa de marca enfocada en las culturas precolombinas de Colombia y el patrimonio natural del país. El restaurante se plantea como una propuesta gastronómica con un fuerte componente cultural, con el objetivo de crear una relación con el cliente.

Cada producto ofrecido al cliente va acompañado de una tarjeta informativa que comparte contenidos breves sobre datos históricos, culturales o de biodiversidad nacional y además los datos de contacto con la marca. Esta estrategia de contenido contribuye a fortalecer el vínculo entre el cliente y la marca, al fomentar el conocimiento, la curiosidad y el sentido de pertenencia hacia el territorio colombiano.

Además, el diseño temático del restaurante desde el punto físico hasta la interacción con el cliente, estará inspirado en hechos históricos del país enalteciendo las culturas indígenas colombianas con decoraciones tradicionales y estilo rústico que contextualiza la experiencia del cliente. El personal encargado del área de ventas estará capacitado para explicar cada producto y brindar un servicio impecable.

En coherencia con su filosofía de transparencia y conexión directa con el cliente, el restaurante contará con canales en plataformas como Kick y TikTok para realizar transmisiones en vivo desde su área de producción, permitiendo a los clientes observar en tiempo real cómo se preparan sus pedidos. Esta iniciativa, de bajo costo y alto impacto, no solo genera confianza y cercanía, sino que también convierte el proceso de producción en parte de la experiencia de marca, destacando el compromiso con la calidad.

Esta idea de proyecto también busca promover la economía local y el campesinado por medio de la compra de materia prima a productores del municipio que aseguren la inocuidad de sus prácticas y mantengan vivas las tradiciones agrícolas del país, lo cual asegura la frescura y calidad de los productos y a su vez el desarrollo económico de las regiones.

En cuanto a la responsabilidad empresarial, este restaurante se enfocará en el cuidado y preservación del medio ambiente y las poblaciones vulnerables. Por ello, toda operación debe ser sostenible y en pro de la vida.

## **2.2. Segmento De Mercado**

El segmento de mercado al que se dirige inicialmente la investigación corresponde a los habitantes del municipio del Socorro, que se encuentran en un rango de edad entre los 18 y 70 años y corresponden a la población económicamente activa (estudiantes financiados, trabajadores

activos y pensionados), que valora la comida casera propia de la gastronomía colombiana y buscan disfrutar de un ambiente cómodo y agradable.

Según el último informe del DANE, 2018, el municipio del Socorro cuenta con una población de 32.158 habitantes.

## **2.3. Estudio De La Demanda**

### ***2.3.1. Necesidades De Información***

Para realizar un estudio de factibilidad que permita la creación de un restaurante de comida típica colombiana en el municipio del Socorro, es necesario recopilar información con base en el segmento de mercado que componen la factibilidad.

**Producto:** Preferencias del consumidor frente a la comida típica colombiana. Frecuencia de consumo de platos tradicionales. Valoración de atributos como sabor, presentación, tamaño de la porción, ingredientes autóctonos, y acompañamientos. Factores clave en la elección de un restaurante.

**Precio:** Rango de precios aceptado por el consumidor para un menú típico. Ocupación de la población objetivo. Relación percibida entre precio y valor. Métodos de pago.

**Plaza:** Preferencias sobre lugar de consumo (ubicación restaurante). Ocasiones y frecuencia de consumo, horas pico. Canales de venta utilizados con mayor frecuencia por la población.

**Promoción:** Medios de comunicación más utilizados por el segmento objetivo (redes sociales, radio local, voz a voz, etc.). Estilo y tono de comunicación más efectivo con el público objetivo.

### **2.3.2. Tipo De Estudio**

Los tipos de investigación implementados consisten en un estudio exploratorio y descriptivo. El estudio descriptivo es definido por Sampiere y Mendoza (2018) como aquel que permite analizar de forma específica las propiedades, características y perfiles de personas, comunidades y grupos o cualquier fenómeno que se esté analizando, mediante la medición, recolección de datos y reporte de información sobre aspectos y variables del problema objeto de estudio, así mismo, el estudio exploratorio se encarga de analizar fenómenos nuevos, que han sido poco estudiados. Este estudio permite identificar tendencias, ambientes y relaciones entre variables.

### **2.3.3. Enfoque**

El diseño de investigación presente en este proyecto de grado tiene un enfoque mixto, el cual define Sampiere y Mendoza (2018) como un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación que implican la recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta. En este enfoque se hace uso de datos verbales, numéricos, textuales, visuales y simbólicos con el fin de lograr la comprensión del problema y su relación con las variables, para lograr determinar el efecto que tiene la implementación del proyecto.

### **2.3.4. Fuentes De Información**

Las fuentes de información primarias son los residentes del municipio del Socorro que buscan diariamente opciones de almuerzo y cena y tienen preferencia por alimentos propios de la gastronomía colombiana, para lo cual se implementará una encuesta on-line diseñada en Google Form, la cual fue aplicada a hombres y mujeres mayores de 18 años. En cuanto a fuentes

secundarias se utilizan artículos, revistas, documentos establecidos por la Cámara de Comercio, DIAN, DANE, información municipal, biblioteca UIS, sitios web, los cuales permiten tener una visión general del tema objeto de estudio, sirviendo de complemento a los datos obtenidos de las fuentes de investigación primarias.

### ***2.3.5. Técnicas De Investigación***

La técnica de investigación empleada para este proyecto es una encuesta conformada por 12 preguntas de selección múltiple relacionadas con el producto, precio, plaza y promoción.

### ***2.3.6. Instrumento Para La Recolección De Información***

El instrumento utilizado para la recolección de información es un cuestionario estructurado conformado por preguntas de selección múltiple. Su diligenciamiento lo realiza cada persona perteneciente a la muestra.

### ***2.3.7. Modo De Aplicación***

La aplicación de la encuesta se llevará a cabo de manera presencial a la población objetivo en el municipio del Socorro, utilizando una herramienta digital como soporte con el fin de optimizar recursos y evitar el uso de papel. La selección de los encuestados se realizará de forma aleatoria y, tras una breve presentación, se procederá a formular cada una de las preguntas, registrando sus respuestas directamente en el medio digital (Google form).

### ***2.3.8. Cálculo De La Muestra***

Para hallar resultados significativos se determina el tamaño de la muestra. Se emplea el muestreo aleatorio simple, el cual definen Manterola, C. & Otzen, T. (2017) como aquel que permite obtener la selección de una muestra a partir de una población, donde cada elemento tiene la misma probabilidad de inclusión, lo que garantiza una selección representativa de la población.

Este método permite aplicar técnicas estadísticas para estimar parámetros poblacionales con un margen de error conocido, facilitando la obtención de conclusiones precisas sobre el grupo de estudio.

Se aplica la fórmula:

Donde:

N, es la población representada por 32,158 habitantes del Socorro, Santander.

Z, es el parámetro estadístico que depende del nivel de confianza (NC). Para un nivel de confiabilidad del 95% Z es igual a 1.96

e, error de estimación máximo aceptado 8%

p, probabilidad que ocurra el evento estudiado (éxito) 50% =0.5

q, (1-p) probabilidad de que no ocurra el evento estudiado (fracaso) 50% =0.5

$$n = \frac{1.96^2 * 32.158 * 0.5 * 0.5}{0.08^2 * (32.158 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

N=150

### **2.3.9. Alcance**

El alcance geográfico que se plantea llegar con este proyecto es el municipio de Socorro Santander.

### **2.3.10. Tiempo De Aplicación**

El estudio se realizó en el mes de septiembre del año 2025.

### 2.3.11. Tabulación, Presentación y Análisis de Resultados

Pregunta 1. ¿A qué rango de edad pertenece?

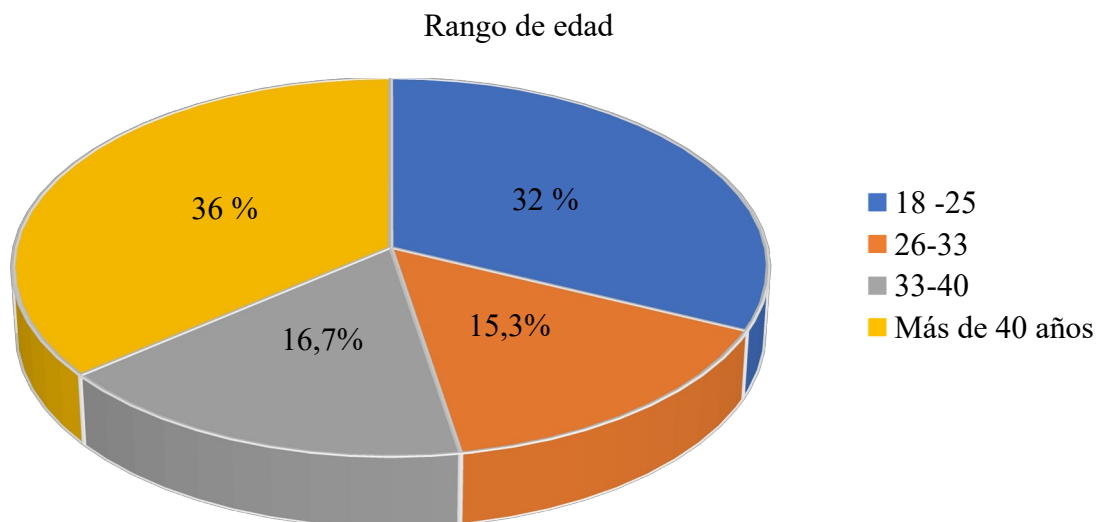
**Tabla 1.**

*Rango de edad*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
18 -25	48	32%
26-33	23	15,30%
33-40	25	16,70%
Más de 40 años	54	36%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100,00%</b>

**Figura 4.**

*Rango de edad*



Según los resultados obtenidos a partir de la encuesta realizada a la población objetivo, se observa que el 36% de los encuestados corresponde a personas mayores de 40 años, el 32% se encuentra en el rango de edad de 18 a 25 años, el 16,7% hace parte de la población entre 33 y 40

años y, por último, el 15,3% pertenece al grupo de 26 a 33 años. Esta información resulta de gran relevancia para el desarrollo del proyecto de grado, ya que permite identificar si el segmento de mercado al cual está dirigido el restaurante de comida típica colombiana se encuentra representado en la muestra encuestada.

Pregunta 2. ¿Cuál de los siguientes perfiles lo describe mejor?

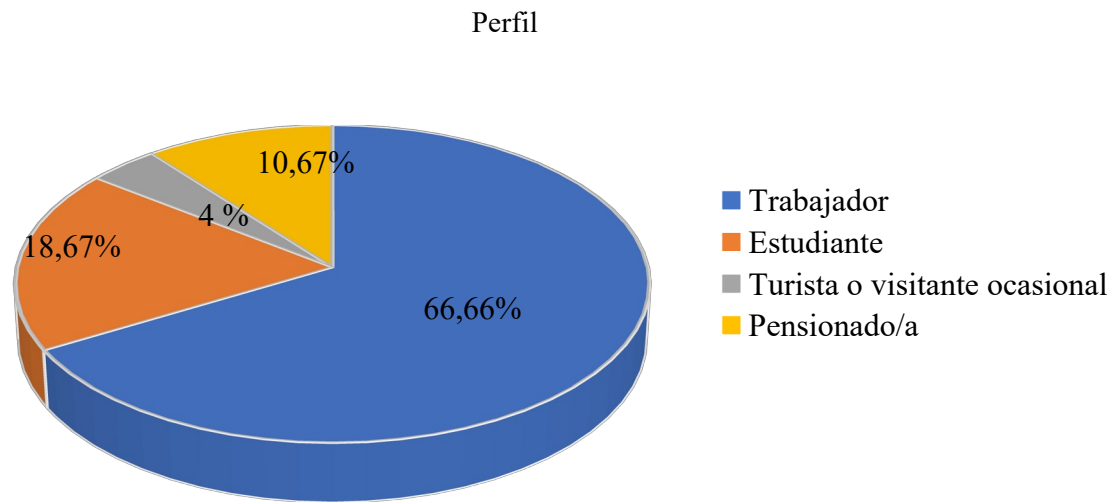
**Tabla 2.**

*Perfil*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Trabajador</b>	<b>100</b>	<b>66,66%</b>
<b>Estudiante</b>	<b>28</b>	<b>18,67%</b>
<b>Turista o visitante ocasional</b>	<b>6</b>	<b>4,00%</b>
<b>Pensionado/a</b>	<b>16</b>	<b>10,67%</b>
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100,00%</b>

**Figura 5.**

*Perfil*



A partir de las respuestas obtenidas de la población encuestada perteneciente al segmento de mercado seleccionado, se evidencia que el 66,67% se identifican con el perfil de trabajadores, el 18,67% como estudiantes, el 10,67% como pensionados y el 4% como turistas o visitantes ocasionales. Esto indica que la mayor parte de los clientes potenciales se compone principalmente por la población económicamente activa o que tiene algún ingreso. Por su parte, el segmento de turistas y visitantes ocasionales representa nichos específicos durante las temporadas altas y fines de semana pues el municipio del Socorro recibe constantemente visitantes interesados en conocer su historia, gastronomía e identidad cultural. Esta información es indispensable para el desarrollo del proyecto de grado pues permite identificar el tipo de menús que se deben diseñar, teniendo en cuenta opciones prácticas, asequibles y nutritivas que cumplan las necesidades del perfil del consumidor.

Pregunta 3. ¿Usted va a restaurantes de comida típica colombiana?

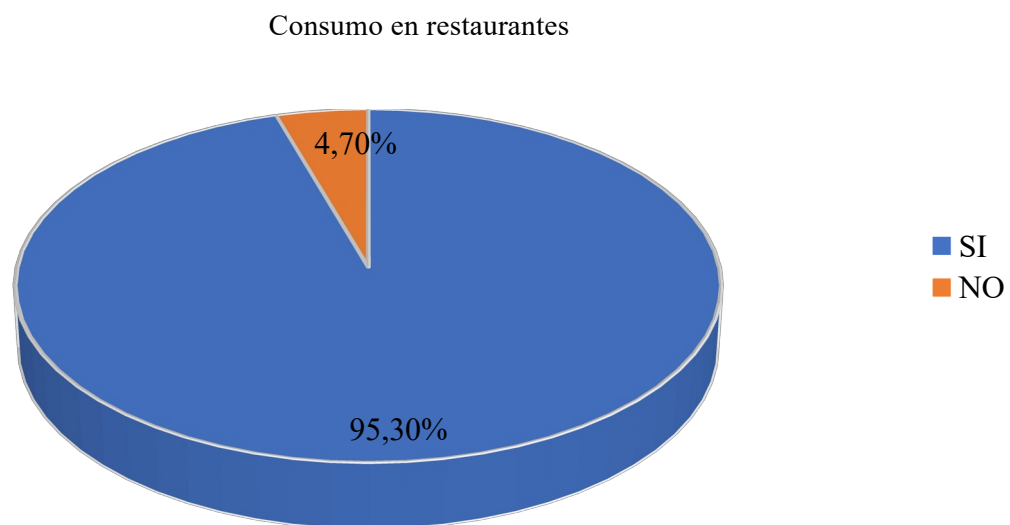
**Tabla 3.**

*Frecuencia de consumo*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	143	95,30%
NO	7	4,70%
Total	150	100,00%

**Figura 6.**

*Consumo en restaurantes*

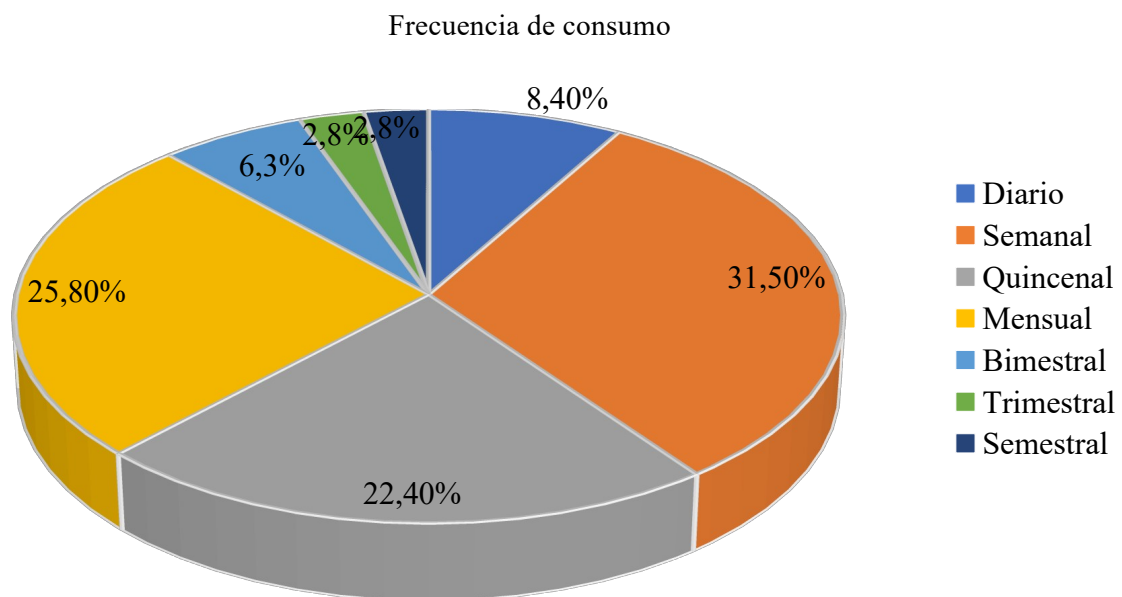


La encuesta revela que el 95,3% de la población del municipio del Socorro, visita restaurantes de comida típica colombiana; solo un pequeño porcentaje del 4,70% no visitan este tipo de restaurantes. A partir de esta información se evidencia la alta disposición de consumo en establecimientos gastronómicos lo que sugiere una gran oportunidad de mercado dentro del municipio del Socorro. El valor de 95,3% es una variable de gran importancia para estimar la demanda actual de comida típica colombiana en el municipio del Socorro.

Pregunta 4. ¿Con qué frecuencia visita restaurantes de comida típica colombiana?

**Tabla 4.***Frecuencia de consumo en restaurantes*

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Veces al año	Promedio
Diario	12	8,40%	365	30,66
Semanal	45	31,50%	52	16,38
Quincenal	32	22,40%	26	5,82
Mensual	37	25,80%	12	3,096
Bimestral	9	6,30%	6	0,378
Trimestral	4	2,80%	4	0,112
Semestral	4	2,80%	2	0,056
Total	143	100,00%		56,502

**Figura 7.***Frecuencia de consumo*

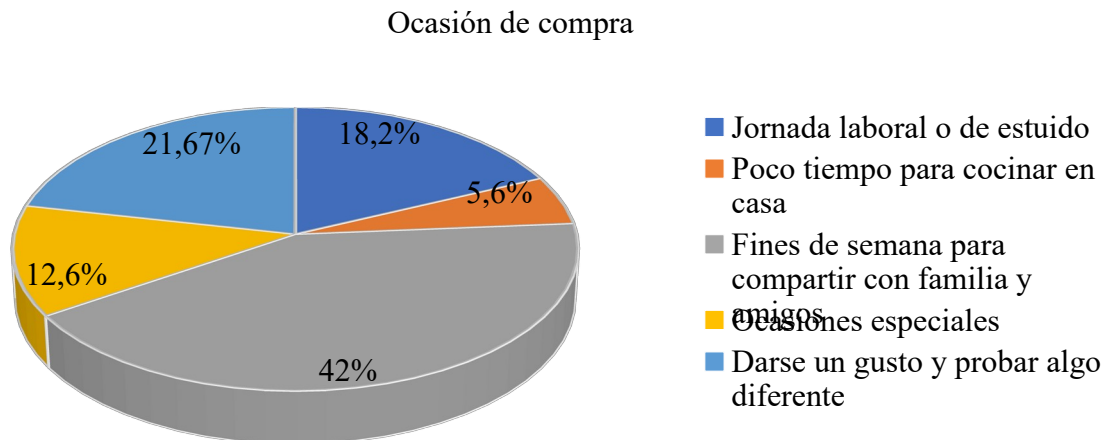
De las personas encuestadas del municipio del Socorro que frecuentan restaurantes de comida típica colombiana se evidencia una fuerte tendencia de visita semanal con un 31,5% seguida de la frecuencia mensual con un 25,8% y la quincenal con un 22,4%. En menor medida un 8,4% de la población manifestó una frecuencia diaria, mientras que porcentajes bajos y poco significativos corresponde a frecuencias de visitas bimestrales (6,3%), trimestrales y semestrales (2,8%). Esta información pone en evidencia que la mayor parte de los clientes potenciales consumen este tipo de comida de forma frecuente, lo cual representa una gran oportunidad para ofrecer menús variados y promociones constantes que incentiven la fidelización de clientes. Con los datos obtenidos se logra una frecuencia ponderada de 56,502 veces al año, valor que aporta al cálculo de la demanda estimada.

Pregunta 5. ¿En qué ocasiones suele comprar en restaurantes de comida típica colombiana?

**Tabla 5.**

*Ocasión de compra*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Jornada laboral o de estudio</b>	<b>26</b>	<b>18,20%</b>
<b>Poco tiempo para cocinar en casa</b>	<b>8</b>	<b>5,60%</b>
<b>Fines de semana para compartir con familia y amigos</b>	<b>60</b>	<b>42,00%</b>
<b>Ocasiones especiales</b>	<b>18</b>	<b>12,60%</b>
<b>Darse un gusto y probar algo diferente</b>	<b>31</b>	<b>21,67%</b>
<b>Total</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>

**Figura 8.***Ocasión de compra*

Según los resultados obtenidos a partir de la encuesta aplicada a la población objetivo, el motivo principal de consumo de comida típica colombiana corresponde a los fines de semana para compartir con familia y amigos representado por el 42% de los encuestados, lo que permite destacar la importancia en el diseño de una experiencia acogedora y un servicio de alta calidad adaptado para todo tipo de población a través de un componente social y recreativo ideal para grupos familiares y de amigos. Además, es importante diseñar un menú típico colombiano exquisito que permita brindar una experiencia gastronómica diferente y agradable mediante un ambiente que permita conectar al cliente con la identidad cultural e histórica del país. En segundo lugar, el 21,67% señaló que visita este tipo de restaurantes para darse un gusto o probar algo diferente, lo cual evidencia la existencia de un segmento de mercado interesado en experiencias gastronómicas diferentes y selectas. El 18,20% señaló que consume en restaurantes durante la jornada laboral o de estudio, esto indica una oportunidad para el diseño de menús ejecutivos y

accesibles durante los días hábiles. El 12,60% indicó que consume en restaurantes durante ocasiones especiales y el 5,6% debido al poco tiempo para cocinar en casa.

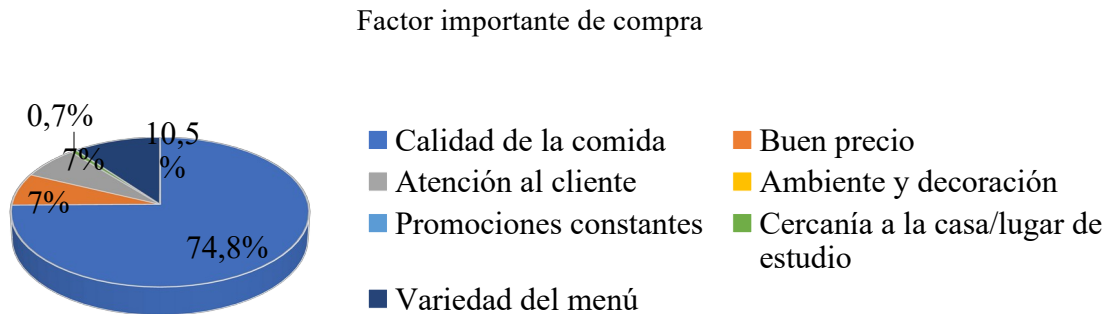
Esta información es de gran importancia para el proyecto de grado pues permite identificar los principales motivos de consumo en restaurantes de comida típica colombiana y a partir de esto, adaptar la experiencia a las necesidades del mercado.

Pregunta 6. ¿Qué factor valora más a la hora de elegir un restaurante?

**Tabla 6.**

*Factor importante de compra*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Calidad de la comida</b>	<b>107</b>	<b>74,80%</b>
<b>Buen precio</b>	<b>10</b>	<b>7,00%</b>
<b>Atención al cliente</b>	<b>10</b>	<b>7,00%</b>
<b>Ambiente y decoración</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>
<b>Promociones constantes</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>
<b>Cercanía a la casa/lugar de estudio</b>	<b>1</b>	<b>0,70%</b>
<b>Variedad del menú</b>	<b>15</b>	<b>10,50%</b>
<b>Total</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>

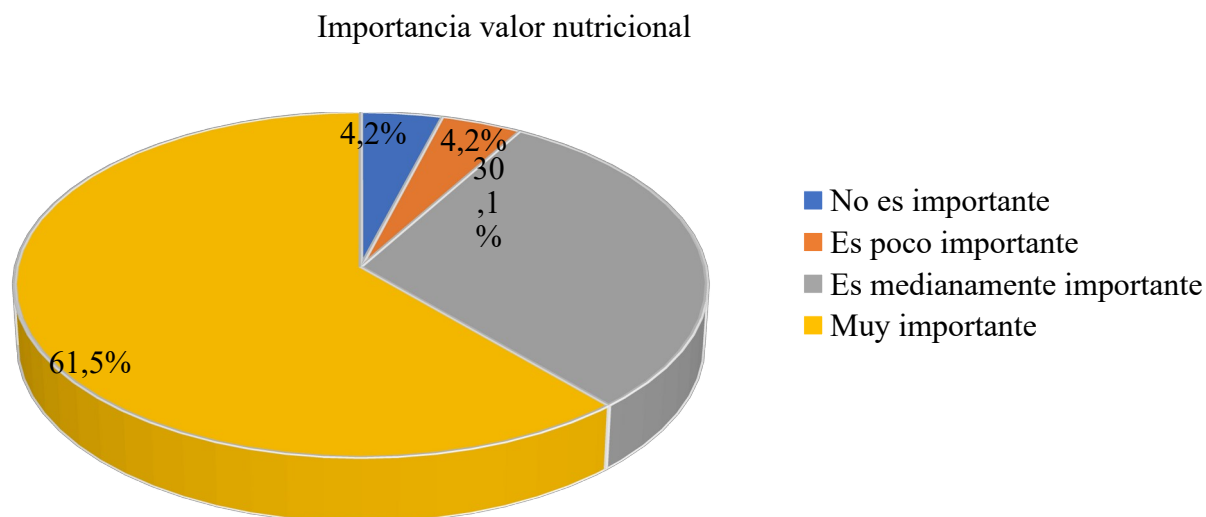
**Figura 9.***Factor importante de compra*

De la población encuestada del municipio del Socorro que visitan restaurantes de comida típica colombiana, el 74,8% considera la calidad de la comida como el factor más importante, lo que sugiere un creciente interés en la autenticidad, el sabor y las técnicas de preparación de los alimentos. En segundo lugar, el 10,5% resaltó la variedad del menú, permitiendo aprovechar la diversidad agrícola de Colombia. Mientras que un 7% de la población valoró el buen precio y el otro 7% destacó la importancia de la atención al cliente. Factores como el ambiente y la decoración, promociones constantes y cercanía a la casa o lugar de estudio fueron cero relevantes. Estos resultados ponen en evidencia que la propuesta gastronómica debe enfocarse en garantizar una oferta de alta calidad, con recetas típicas bien elaboradas y sabores auténticos, complementada con un menú variado y un servicio al cliente adecuado, fortaleciendo los aspectos que más influyen en la decisión de compra del consumidor.

Pregunta 7. ¿Qué tan importante es para usted el valor nutricional de los alimentos

**Tabla 7.***Importancia valor nutricional*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
No es importante	6	4,20%
Es poco importante	6	4,20%
Es medianamente importante	43	30,10%
Muy importante	88	61,5%
Total	143	100%

**Figura 10.***Importancia valor nutricional*

Según los resultados obtenidos a partir de la encuesta aplicada a la población del municipio del Socorro, el 61,5% considera muy importante conocer el valor nutricional de los alimentos y el 30,1% lo percibe como medianamente importante. Por su parte, para el 4,2% de la población

encuestada es poco importante y no es importante para el 4,2% de la misma. Estos resultados demuestran la existencia de una creciente conciencia sobre la alimentación saludable, incluso en el contexto de comida típica. Por tanto, es de alto interés considerar dentro de la propuesta de valor la elaboración de platillos balanceados y nutritivos, logrando mantener el sabor y autenticidad característicos de la gastronomía típica colombiana. Es necesaria la incorporación de alimentos frescos, bajos en grasas saturadas, porciones adecuadas y uso de ingredientes naturales que permitan satisfacer la demanda de estos consumidores. Además, es importante comunicar de forma clara al consumidor el valor nutricional de cada menú.

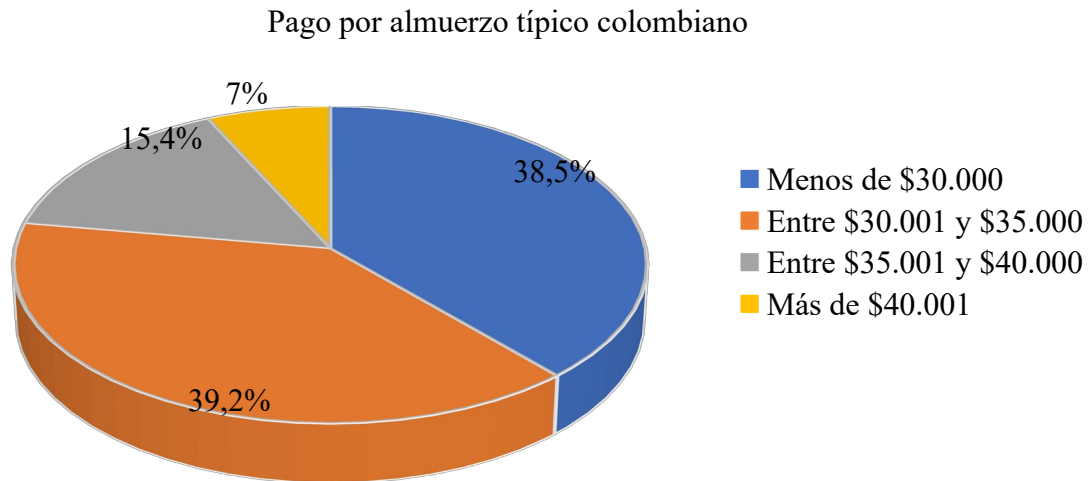
Esta información es de gran utilidad para el proyecto pues permite identificar preferencias actuales y nuevas tendencias de consumo, lo que representa una oportunidad para diferenciarse al ofrecer menús informados a los clientes.

Pregunta 8. ¿Cuánto estima pagar por un almuerzo típico colombiano completo (entrada, plato fuerte y comida)?

**Tabla 8.**

*Pago por almuerzo típico colombiano*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Media Ponderada</b>	<b>Promedio</b>
<b>Menos de \$30.000</b>	<b>55</b>	<b>38,50%</b>	<b>\$ 27.500</b>	<b>\$ 10.587,5</b>
<b>Entre \$30.001 y \$35.000</b>	<b>56</b>	<b>39,20%</b>	<b>\$ 32.500</b>	<b>\$ 12.740,0</b>
<b>Entre \$35.001 y \$40.000</b>	<b>22</b>	<b>15,40%</b>	<b>\$ 37.500</b>	<b>\$ 5.775,0</b>
<b>Más de \$40.001</b>	<b>10</b>	<b>7,00%</b>	<b>\$ 42.500</b>	<b>\$ 2.975,0</b>
<b>Total</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>		<b>\$ 32.077,5</b>

**Figura 11.***Pago por almuerzo típico colombiano*

Los datos obtenidos mediante la encuesta muestran que el 39,2% de la población del municipio del Socorro pagan entre \$30.001 y \$35.000 por un almuerzo típico colombiano, en tanto que el 38,5% pagan menos de \$30.000, un grupo de 15,4% paga entre \$35.001 y \$40.000, solo un pequeño grupo del 7% está dispuesto a pagar más de \$40.000. Se halla un precio promedio ponderado de \$32.077 pesos en la compra de un plato típico colombiano por parte de la población del municipio del Socorro. Este valor sirve de referencia para la fijación de precios por parte del nuevo restaurante de comida típica colombiana en el municipio del Socorro.

Pregunta 9. ¿Qué método de pago prefiere?

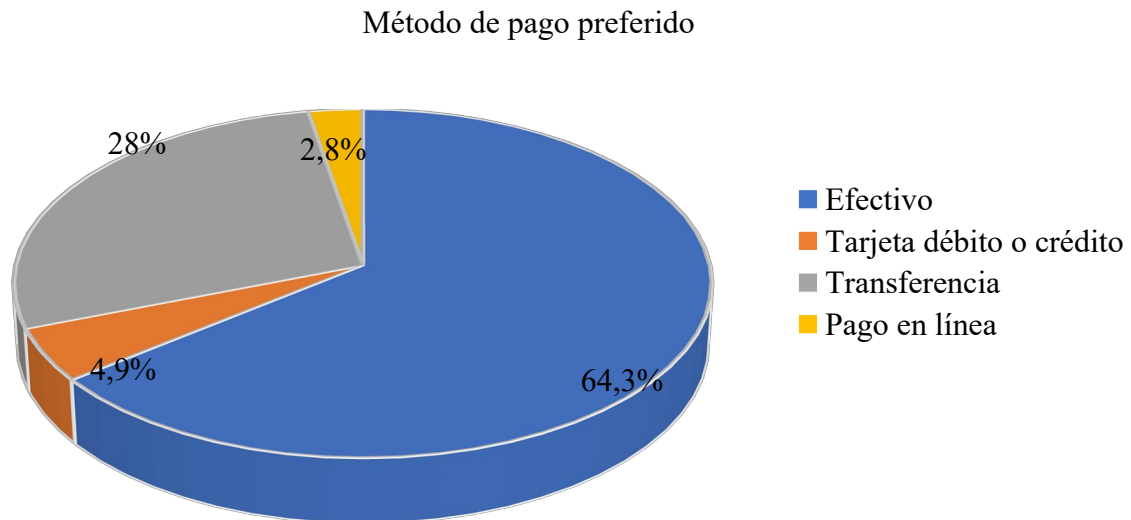
**Tabla 9.***Método de pago preferido*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	92	64,30%

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Tarjeta débito o crédito	7	4,90%
Transferencia	40	28,00%
Pago en línea	4	2,80%
Total	143	100%

Figura 12.

*Método de pago preferido*



Los métodos de pago al comprar en el restaurante de comida típica colombiana muestran que el efectivo es la opción más común, siendo utilizada por el 64,3% de la población objetivo encuestada, lo cual demuestra que los consumidores tienen en cuenta la comodidad y seguridad al momento de realizar sus pagos, siendo este un método simple y rápido. Las transferencias bancarias o pagos móviles (Nequi y Daviplata) son utilizadas por el 28% de la población objetivo, evidenciando el gran uso de métodos de pago modernos especialmente en personas acostumbradas a la banca móvil. En menor medida el 4,9% de la población objetivo prefiere el uso de tarjeta crédito o débito, mientras que el 2,8% opta por métodos de pago a través de aplicaciones o links.

Esta información es muy importante para el desarrollo del proyecto pues permite identificar preferencias y facilidades que buscan los clientes al momento de facturar la compra, lo que permite diseñar una estrategia de atención al cliente eficiente y accesible.

Pregunta 10. ¿Le gustaría comer en un nuevo restaurante de comida típica colombiana ubicado en el municipio del Socorro?

**Tabla 10.**

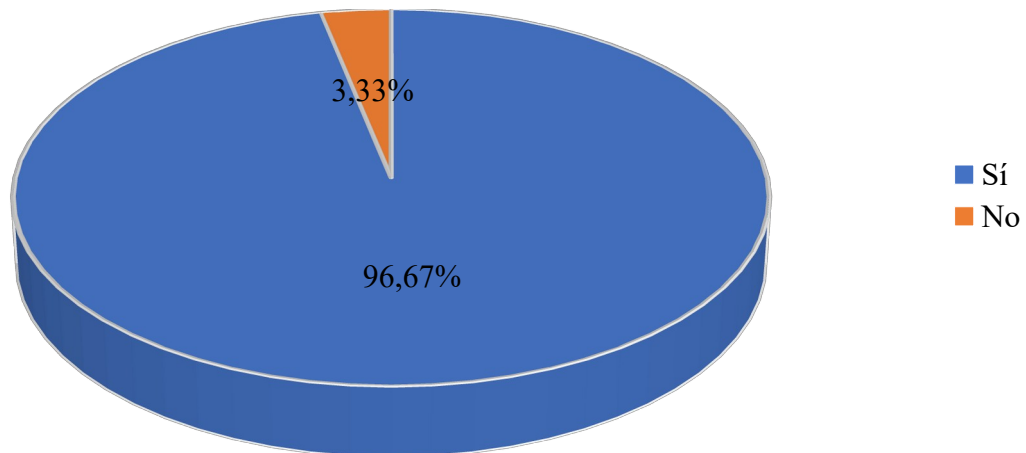
*Intención de compra en el nuevo restaurante de comida típica colombiana*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sí	145	96,67%
No	5	3,33%
Total	150	100%

**Figura 13.**

*Intención de compra en el restaurante de comida típica colombiana*

Intención de visita al nuevo restaurante de comida típica colombiana



El 96,67% de los encuestados afirmaron positivamente ante la intención de visita a un nuevo restaurante de comida típica colombiana en el municipio del Socorro, mientras que el 3,33% opinaron que no les interesa visitar este tipo de restaurante; con esta información se puede observar que existe una percepción positiva de los posibles clientes ante este nuevo restaurante. Conocer la intención de visita permite realizar la estimación de la demanda efectiva.

Pregunta 11. ¿Dónde le gustaría que estuviera ubicado el restaurante de comida típica colombiana en el municipio del Socorro?

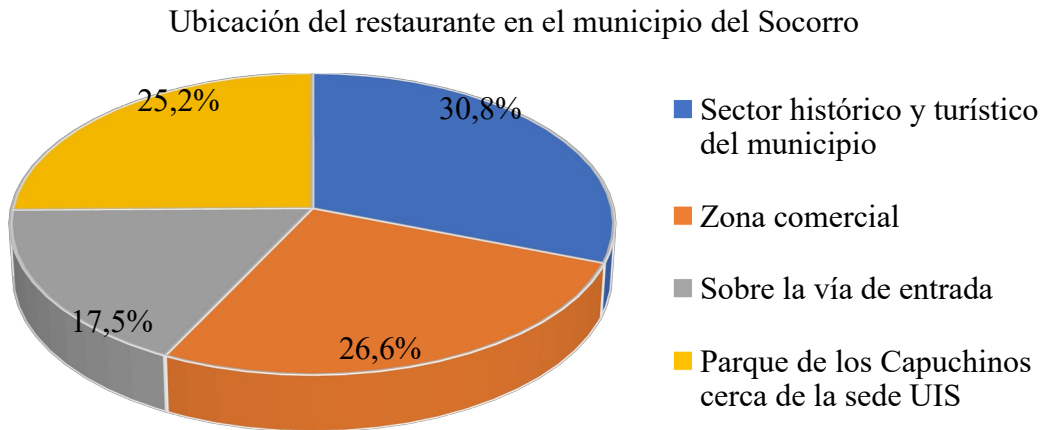
**Tabla 11.**

*Ubicación del restaurante en el municipio del Socorro*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Sector histórico y turístico del municipio</b>	<b>44</b>	<b>30,80%</b>
<b>Zona comercial</b>	<b>38</b>	<b>26,60%</b>
<b>Sobre la vía de entrada</b>	<b>25</b>	<b>17,50%</b>
<b>Parque de los Capuchinos cerca de la sede UIS</b>	<b>36</b>	<b>25,20%</b>
<b>Total</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>

**Figura 14.**

*Ubicación del restaurante en el municipio del Socorro*



A partir de la información obtenida por parte del segmento de población encuestada se identifica que el 30,8% preferiría que el restaurante se ubique en el sector turístico e histórico del municipio, lo cual sugiere la importancia de vivir una experiencia gastronómica conectándose con el patrimonio cultural de la zona. Los consumidores valoran disfrutar un plato de comida típica en un entorno con gran atractivo visual e histórico. En segundo lugar, el 26,6% opta por la ubicación en la zona comercial del municipio siendo esta una zona céntrica y cercana. El 25,2% sugiere la ubicación del restaurante en el sector del parque de los Capuchinos cerca a la sede UIS, siendo un lugar altamente estratégico por su cercanía con los estudiantes y los visitantes frecuentes, dentro de un entorno tranquilo para descansar y compartir. Por último y en menor medida, el 17,5% de la población objetivo eligió la opción de ubicar al restaurante sobre la vía principal de acceso al municipio, lo cual permitiría atraer al público no residente compuesto por viajeros y turistas de paso. Conocer las preferencias de ubicación para el restaurante de comida típica colombiana en el municipio del Socorro, resulta de gran importancia para el proyecto de grado pues permite realizar

la elección de la ubicación en un lugar que se adapte a las preferencias y necesidades del mercado objetivo.

Pregunta 12. ¿Cuál de los siguientes beneficios le interesaría más a la hora de vincularse a un restaurante?

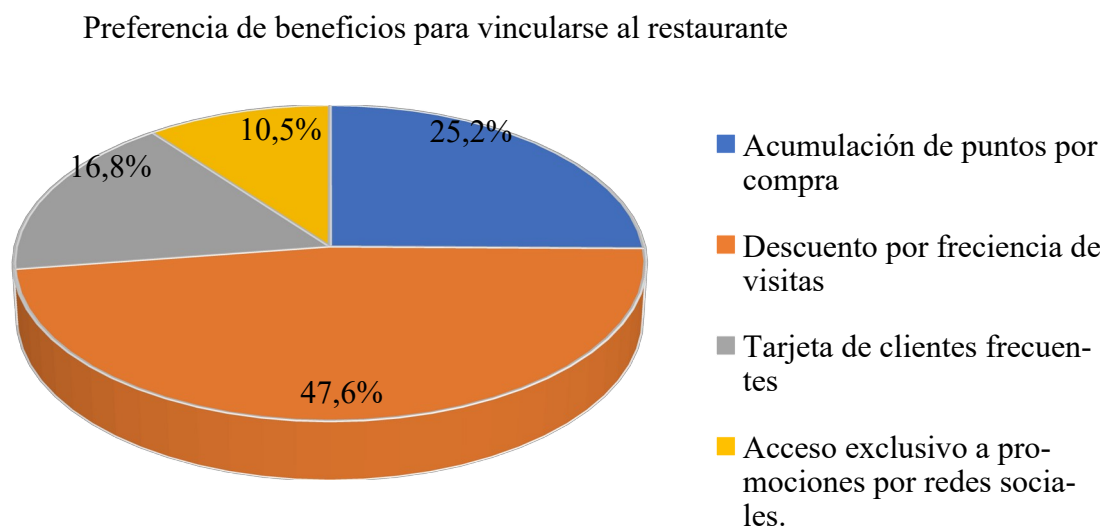
**Tabla 12.**

*Preferencia de beneficios para vincularse al restaurante*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Acumulación de puntos por compra	36	25,20%
Descuento por frecuencia de visitas	68	47,60%
Tarjeta de clientes frecuentes	24	16,80%
Acceso exclusivo a promociones por redes sociales.	15	10,50%
<b>Total</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>

**Figura 15.**

*Preferencia de beneficios para vincularse al restaurante*



A partir de los resultados obtenidos de la encuesta realizada se muestra que los clientes valoran en mayor medida los descuentos por frecuencia de visitas con un 47,60% de preferencia por los encuestados lo cual sugiere una gran motivación por parte de los consumidores para repetir su experiencia con el fin de obtener a cambio incentivos económicos o descuentos en sus compras.

En segundo lugar, el 25,2 % de la población prefiere acumulación de puntos por cada compra lo cual sugiere un interés por la creación de programas de fidelización que permitan a los clientes obtener descuentos o ser premiados por su lealtad y fidelidad de compra. La tarjeta de clientes frecuentes es valorada en menor medida con un 16,8% y el acceso exclusivo a promociones por redes sociales con un 10,5%. Esta información es relevante para el desarrollo del proyecto de grado ya que permite identificar las estrategias de fidelización más atractivas para los consumidores que permitan fortalecer la relación con los clientes y su frecuencia de visita.

Pregunta 13. ¿Por qué medio le gustaría enterarse de la información y promociones que ofrece el restaurante?

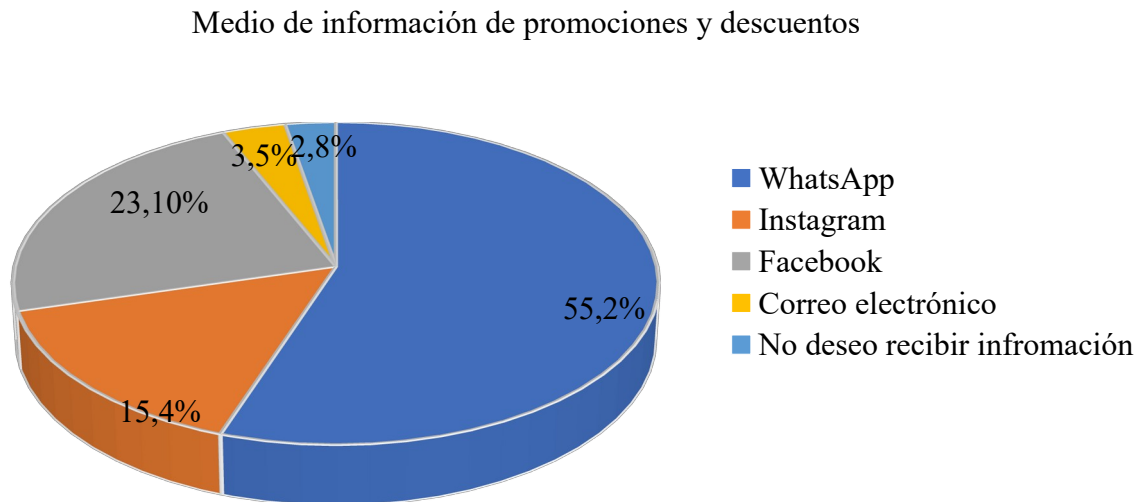
**Tabla 13.**

*Medio de información de promociones y descuentos*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>WhatsApp</b>	<b>79</b>	<b>55,20%</b>
<b>Instagram</b>	<b>22</b>	<b>15,40%</b>
<b>Facebook</b>	<b>33</b>	<b>23,10%</b>
<b>Correo electrónico</b>	<b>5</b>	<b>3,50%</b>
<b>No deseo recibir información</b>	<b>4</b>	<b>2,80%</b>
<b>Total</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>

**Figura 16.**

*Medio de información de promociones y descuentos*



Las personas del municipio del Socorro muestran una mayor preferencia para recibir información por medio de WhatsApp, siendo este un canal directo de uso personal y cotidiano. Con un 23,1% de preferencia Facebook y Instagram con un 15,40% hacen parte de medios relevantes especialmente útiles para contenido visual, siendo canales muy importantes para mantener una presencia de marca y captar nuevos clientes en su mayoría población joven. El correo electrónico muestra una menor preferencia con un 3,5% tratándose de un canal poco utilizado en contextos informales. Para las estrategias de publicidad del nuevo restaurante de comida típica colombiana, se sugiere considerar los primeros tres medios como los de mayor inversión.

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

Conocer la demanda actual es indispensable en este proyecto de factibilidad porque permite determinar si existe un mercado viable para los platos típicos colombianos en el municipio del Socorro y de esta manera poder determinar el tamaño del mercado. Para estimar la demanda anual

de almuerzos típicos colombianos en el municipio del Socorro, se calculará el número total de consumidores potenciales teniendo en cuenta los resultados de la pregunta, ¿usted visita restaurantes?

Población objetivo: 32.158

Con base en la pregunta 3. ¿Usted va a restaurantes de comida típica colombiana?

Resultado pregunta 3:  $95,3\% = 0.953$

Con base en la pregunta 4. ¿Con qué frecuencia visita restaurantes de comida típica colombiana?

Resultado pregunta 4: 56,502 veces al año

Estimación de la demanda actual:  $32.158 * 0.953 * 56,502 = 1.731.593$  platos al año

La estimación de la demanda actual para el restaurante de comida típica colombiana en el municipio del Socorro es de aproximadamente 1.731.593 platos típicos al año.

### ***2.3.13. Estimación De La Demanda Efectiva***

Para la estimación de la demanda efectiva se parte de la estimación de la demanda actual calculada en 1.731.593 platos típicos al año. De acuerdo con los resultados de la pregunta No. 10 de la encuesta, el 96,67% de la población objetivo manifestó que sí visitará un nuevo restaurante de comida típica colombiana en el municipio del Socorro. Con estos datos:

Estimación de la demanda efectiva:  $1.731.593 * 96,67\% = 1.673.930$  platos típicos al año.

El total de servicios o platos demandados en el año se estima en 1.673,930 lo que evidencia un alto potencial de mercado para incursionar en el sector gastronómico típico en el municipio del

Socorro. Esta cifra muestra el interés y la preferencia de la población por consumir este tipo de alimentos, lo que respalda la viabilidad del proyecto y la oportunidad de captar una parte significativa de la demanda existente en la actualidad.

#### **2.3.14. Proyección De La Demanda Para Los Próximos 5 Años**

Se realiza una proyección de la demanda efectiva y actual, a cinco años con una tasa de proyección del 1,5%, con base en el índice del crecimiento de la población en Colombia (DANE,2018), obtenida de la frecuencia de compra de la población objeto de estudio, lo que permite elaborar un análisis cuantitativo de la evolución en la venta de almuerzos típicos colombianos en el municipio del Socorro en cinco años.

El valor de mercado real se calcula a partir de la fórmula de valor futuro:

$$V_f = V_p(1+i)^t$$

Donde,

$V_f$ = Demanda efectiva proyectada

$V_p$ = Estimación de la demanda efectiva

$I$ = tasa de crecimiento de la población objetivo, es decir 1,5% anual según el DANE.

$T$ = Número del periodo (5)

**Tabla 14.**

*Demanda efectiva proyectada*

<b>Año</b>	<b>Fórmula</b>	<b>Demanda proyectada</b>
<b>0</b>	$V_f = 1.673.930(1+0,015)^0$	1.673.930
<b>1</b>	$V_f = 1.673.930(1+0,015)^1$	1.699.038

Año	Fórmula	Demanda proyectada
2	$Vf = 1.673.930(1+0,015)^2$	1.724.524
3	$Vf = 1.673.930(1+0,015)^3$	1.750.392
4	$Vf = 1.673.930(1+0,015)^4$	1.776.648
5	$Vf = 1.673.930(1+0,015)^5$	1.803.298

**Tabla 15.**

*Demanda actual proyectada*

Año	Fórmula	Demanda proyectada
0	$Vf = 1.731.593(1+0,015)^0$	1.731.593
1	$Vf = 1.731.593(1+0,015)^1$	1.757.566
2	$Vf = 1.731.593(1+0,015)^2$	1.783.930
3	$Vf = 1.731.593(1+0,015)^3$	1.810.689
4	$Vf = 1.731.593(1+0,015)^4$	1.837.849
5	$Vf = 1.731.593(1+0,015)^5$	1.865.417

#### 2.4. Análisis De La Oferta

Se realiza un estudio en el mercado gastronómico del municipio del Socorro, donde se identifican 5 restaurantes dedicados a la venta de comida típica. En este municipio, la oferta gastronómica ha crecido de manera significativa desde la apertura económica posterior a la pandemia. La plaza campesina del mercado local se constituye como el principal epicentro de la comida tradicional santandereana y colombiana, caracterizada por una amplia variedad de sabores con gran valor cultural. No obstante, parte de estos establecimientos operan en condiciones sanitarias deficientes y con limitaciones en estándares de calidad e infraestructura, lo que restringe su competitividad. Por otra parte, se evidencia la falta de innovación en la prestación del servicio y la poca adaptación al uso de las nuevas tecnologías. De manera paralela, el municipio cuenta con restaurantes tradicionales que contribuyen a diversificar el portafolio gastronómico, aunque

enfrentan desafíos importantes en términos de diferenciación, formalización y consolidación de marca.

**Tabla 16.**

*Oferta de gastronomía típica en el municipio del Socorro*

<b>Variables</b>	<b>Tierra Socorrana</b>	<b>El Zorro</b>	<b>Fogón Socorrano</b>	<b>Fogón comunero</b>	<b>Tradiciones</b>
<b>Menú</b>	Comida típica Menú poco variado	Comida típica y platos ejecutivos. Menú muy variado	Comida típica Menú muy variado	Platos típicos y ejecutivos, menú poco variado.	Platos típicos, menú poco variado.
<b>Precio</b>	Altos	Competitivo	Competitivo	Competitivo	Competitivo
<b>Participación mercado</b>	Muy baja	Muy alta	Alta	Alta	Alta
<b>Canales</b>	Físico y WhatsApp	Físico y WhatsApp	Físico y WhatsApp	Físico y WhatsApp	Físico y WhatsApp
<b>Publicidad</b>	Redes sociales, muy poca participación.	Su publicidad se enfoca en la radio. Presencia en redes casi nula.	Radio y Facebook	Radio y Facebook	Radio y Facebook.
<b>Debilidades</b>	- Ubicación de difícil acceso. - Ausencia de buenas prácticas de higiene y salubridad. - Demora en la atención en	Ausencia de buenas prácticas de higiene y salubridad. -Falta de diferenciación. -Tiempo de espera	-Tiempo de espera prolongado Inconsistencia en la calidad de los platos. Uso de empaques plásticos y de	-Ubicación en afueras del municipio. - Poca innovación en el menú Uso de empaques plásticos y de	-Falta de diferenciación. Inconsistencias en la calidad de los platos. Demoras en la atención. Uso de empaques

<b>Variables</b>	<b>Tierra Socorrana</b>	<b>El Zorro</b>	<b>Fogón Socorrano</b>	<b>Fogón comunero</b>	<b>Tradiciones</b>
	<p>mesas y entrega del servicio. - Precios altos no justificados</p> <p>Poca innovación en el menú. - Sabor y porciones regulares.</p> <p>-Uso de empaques plásticos y de icopor.</p>	<p>prolongado</p> <p>- Ambiente ruidoso e inconsistencias en el servicio.</p> <p>Uso de empaques plásticos y de icopor.</p>	<p>icopor.</p>	<p>icopor.</p>	<p>plásticos y de icopor.</p>
<b>Fortalezas</b>	<p>-Localidad muy atractiva, con gran espacio y zona verde.</p>	<p>- Precio muy competitivo</p> <p>-Experiencia en el sector</p> <p>- Clientela leal</p> <p>- Gran variedad en el menú</p>	<p>-Ubicación al lado de la vía principal.</p> <p>-Buen sabor y diferenciación</p> <p>-Mejor control e higiene vs. Competencia</p> <p>-Marca confiable y familiar</p>	<p>-Calidad consistente</p> <p>-Tiempos óptimos de entrega.</p> <p>-Buen sabor</p>	<p>-Ubicación en el centro de la ciudad.</p> <p>- Enfoque en cliente ejecutivo</p> <p>- Buen sabor y Calidad de los platillos</p>

## **2.5. Descripción Del Producto O Servicio Mínimo Viable**

### ***2.5.1. Descripción, Usos Y Especificaciones Del Producto O Del Servicio***

En línea con lo establecido en el numeral 2.1.1. se establece el producto mínimo viable: el sancocho de gallina “La Independencia”. Este plato, al ser típico de la región, goza de un fuerte arraigo cultural y una alta aceptación entre el público objetivo. Su preparación artesanal con ingredientes locales, sumada a una presentación temática en vajilla de barro o empaques ecológicos, refuerza su identidad regional. Además, se complementa con una tarjeta informativa que entrega datos históricos o culturales de Colombia, lo que transforma la oferta en una experiencia tanto gastronómica como educativa y patrimonial.

A partir del análisis realizado a la oferta de comida típica colombiana existente en el municipio del Socorro, se sugiere ajustes estratégicos claves para potenciar su viabilidad comercial. Es necesaria la diversificación de los formatos de relacionamiento con el cliente para adaptarse a las distintas dinámicas de consumo observadas. Además, es indispensable el diseño del proceso de prestación de servicio al cliente orientado hacia la experiencia, mediante una atención personalizada y tiempos de espera prudentes que permitan que el cliente se sienta cómodo y satisfecho. Estas acciones permitirán aumentar su competitividad y posicionamiento en el mercado.

### ***2.5.2. Atributos Diferenciadores Del Servicio Con Respecto a La Competencia***

Con base en el análisis desarrollado en el numeral 2.1.2. y en el estudio comparativo del mercado, se identifican una serie de atributos diferenciadores que posicionan al restaurante como una propuesta de valor sólida, innovadora y acorde con las tendencias actuales. En cuanto a los atributos tangibles, destacan el origen responsable de la materia prima, adquirida directamente a

productores locales bajo criterios de calidad, inocuidad y sostenibilidad, lo cual fortalece la economía regional y garantiza frescura. La presentación del producto también es un elemento distintivo, al utilizar hojas de bijao, vajillas de barro o empaques biodegradables para domicilio que enriquecen la experiencia del cliente mediante una conexión con las raíces culturales colombianas. Además, se ofrece transparencia nutricional en cada plato, incluyendo información básica sobre su contenido calórico y nutricional, en coherencia con un compromiso ético con la salud de los consumidores. El espacio físico del restaurante también se configura como un atributo diferencial: un ambiente rústico y elegante, decorado con elementos que enaltecen las culturas indígenas, generando una experiencia cómoda. Por otra parte, la adición de la tarjeta didáctica que incluye datos informativos sobre las culturas antiguas, fauna y flora de nuestro país.

En cuanto a los atributos intangibles, se distingue por una narrativa cultural integrada que convierte cada experiencia gastronómica en una oportunidad educativa, mediante tarjetas informativas que acompañan los platos y promueven la identidad nacional. La innovación también se expresa en los canales de comunicación, utilizando plataformas digitales como TikTok y Kick para realizar transmisiones en vivo desde la cocina, lo cual refuerza la transparencia y el relacionamiento con los clientes. El compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social es otro pilar fundamental del modelo de negocio, la gestión responsable de residuos y acciones comunitarias. Finalmente, el concepto de identidad tribal refuerza el sentido de pertenencia de los clientes, quienes son invitados a formar parte de una "tribu" que celebra los sabores, historias y tradiciones del país, en una propuesta que integra cultura, pedagogía y sabor.

## **2.6. Estructura De Comercialización Y De Distribución**

### **2.6.1. Comercialización**

El restaurante de comida típica colombiana ubicado en el municipio de El Socorro, Santander, utiliza un canal directo de comercialización, dado que la venta de los productos se realiza sin intermediarios, directamente al cliente final.

La comercialización se lleva a cabo mediante dos modalidades

#### **Venta presencial en el punto físico:**

Los clientes acuden al restaurante, donde los meseros actúan como agentes de venta, brindando información del menú, tomando la orden y acompañando al comensal durante todo el proceso de servicio.

#### **Venta mediante canales digitales:**

La venta para domicilio se gestiona a través de canales propios como WhatsApp, Instagram y Messenger, los cuales muestran el menú, precios y propaganda. El cliente se comunica vía mensaje a los canales digitales donde el community manager solicitará información: ubicación, nombre y pedido.

### **2.6.2. Distribución**

La distribución comprende el recorrido que realiza el producto desde la cocina hasta el cliente final, y opera de la siguiente manera.

#### **Distribución en el punto físico**

Una vez la cocina finaliza la preparación, se realiza la supervisión de la presentación del producto, una vez avalada, los meseros entregan el plato directamente al comensal en la mesa. Este

proceso utiliza un canal de distribución directo interno, donde no intervienen terceros y el producto pasa únicamente por el personal del restaurante quienes están capacitados para el servicio a la mesa. Otra forma de distribución en el punto físico, es el “take away”, donde el comensal va por el producto elaborado, pero para llevarse a su domicilio.

### **Distribución a domicilio**

Para los pedidos realizados por los canales digitales, el restaurante utiliza un servicio de transporte aliado para realizar las entregas en todo el casco urbano del municipio. El producto se empaca en un envase biodegradable con sus respectivos utensilios desechables (opcional).

En este caso, la distribución se efectúa mediante un canal directo externo, donde un tercero autorizado se encarga del transporte y entrega del producto, manteniendo la relación comercial directa entre el restaurante y el cliente.

## **2.7. Estrategia Para La Fijación De Precios**

La estrategia de fijación de precios para el restaurante se basará principalmente en los costos y gastos operativos, incluyendo el valor de los insumos adquiridos a proveedores locales, la mano de obra, los servicios públicos y los gastos administrativos. A esto se sumará un margen de utilidad razonable que garantice la sostenibilidad del negocio. También se tendrá en cuenta el análisis de precios de la competencia en el mercado local y valor percibido por el cliente identificado en la pregunta 8, con el fin de mantener una oferta atractiva y competitiva. Finalmente, se calculará el punto de equilibrio para asegurar que los precios establecidos cubran todos los costos y generen rentabilidad, optimizando constantemente la relación con proveedores y la eficiencia en los procesos de producción.

## **2.8. Relacionamiento Con Los Clientes**

### **2.8.1. Estrategias De Comunicación**

La estrategia de comunicación del restaurante combina principalmente los medios de mayor preferencia por parte de la población objetivo identificados en la pregunta 13, donde se evidencia que existe una mayor preferencia por recibir información a través de WhatsApp, Instagram y Facebook. Además, se hace uso de medios tradicionales con el objetivo de posicionar la marca, atraer clientes y fortalecer la relación con la comunidad. Se utilizarán canales locales como cuñas radiales, perifoneo en el municipio y participación en eventos culturales o comunitarios. A nivel digital, el restaurante tendrá presencia activa en redes sociales donde se publicará contenido para fortalecer la marca. Como valor agregado, se transmitirá en vivo desde la cocina a través de plataformas como TikTok, Facebook, Instagram y Kick, permitiendo a los usuarios observar en tiempo real la preparación de los alimentos, generando confianza, cercanía y transparencia en el proceso. La comunicación será principalmente personalizada, apoyada por atención directa en el punto de venta y canales virtuales, lo cual permitirá brindar información, resolver dudas y recibir pedidos de forma eficiente. Esta combinación de medios busca no solo informar, sino también crear una comunidad activa alrededor del concepto cultural y gastronómico, crear una tribu.

Para medir la satisfacción del cliente y mantener una mejora continua en la experiencia ofrecida, se dispone de un buzón físico de sugerencias en el restaurante, complementado con canales virtuales como WhatsApp, redes sociales y formularios en línea. A través de estos medios, los clientes pueden expresar sus opiniones y recomendaciones, lo que permite recopilar información valiosa para ajustar y optimizar el servicio.

Los métodos de pago de mayor preferencia por parte de la población objetivo se identificaron a partir de la pregunta 9, donde se evidencia mayor preferencia por el pago en efectivo, a través de transferencias bancarias y con tarjeta. Estos tres medios se implementan facilitando el acceso y comodidad para todos los clientes.

### 2.8.2. Presupuesto De Comunicación

El presupuesto de comunicación del restaurante de comida típica colombiana en el municipio del Socorro tiene como finalidad mantener informados a sus clientes a través de los diferentes medios de sus productos, promociones e innovaciones.

**2.8.2.1. Presupuesto De Lanzamiento.** Para llevar a cabo la puesta en marcha del restaurante, se plantea el siguiente presupuesto inicial, el cual contempla los gastos asociados al evento de inauguración, promoción inicial y el desarrollo de la identidad corporativa como lo es la decoración temática del comedor.

**Tabla 17.**

*Presupuesto de lanzamiento del restaurante de comida típica*

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR
Pasa bocas degustación	300	\$ 1.200	\$ 360.000
Rifas con productos del restaurante	10	\$ 35.000	\$ 350.000
Decoración temática	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Tarjetas de contacto	500	\$ 450	\$ 225.000
Publicidad en redes sociales	1	\$ 50.000	\$ 50.000
TOTAL			\$ 1.185.000

### 2.8.2.2. Presupuesto De Operación.

**Tabla 18.**

*Presupuesto de operación restaurante de comida típica colombiana*

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Contenido multimedia para redes sociales	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Cuñas radiales	\$ 150.000	\$ 1.800.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 350.000</b>	<b>\$ 4.200.000</b>

### 3. Estudio Técnico

#### 3.1. Tipo De Proyecto

En este capítulo se desarrolla la temática correspondiente al estudio técnico para evaluar la factibilidad de creación de un restaurante de comida típica colombiana en el municipio del Socorro, teniendo en cuenta el tipo de proyecto, la capacidad y el desarrollo operativo.

Este proyecto está enfocado en la creación de un restaurante de comida típica colombiana, en donde se busca rescatar la gastronomía nacional por medio de recetas que muestran la historia del país y transmiten el legado cultural de la cocina colombiana. Debido a la naturaleza del negocio, el restaurante se clasifica como un proyecto de prestación de servicios, específicamente dentro del sector de servicios de comidas y bebidas. Según la clasificación CIIU, esta actividad corresponde al código 5611, relacionado con la prestación de servicios de comidas a la carta y autoservicio.

#### 3.2. Desarrollo Operativo Del Proyecto

##### 3.2.1. Ficha Técnica Del Producto Mínimo Viable

El restaurante de comida típica colombiana busca satisfacer a la población del municipio del Socorro, a los municipios vecinos y a los visitantes que desean vivir una experiencia

gastronómica auténtica, en la que se integren tradición, sabor y cultura. Para esto, el servicio al cliente iniciará a las 11:00 a.m. hasta las 3:40 p.m. donde se ofrecerá un amplio menú representativo de la gastronomía nacional elaborado con ingredientes frescos, además cada producto llevará consigo una tarjeta informativa con datos del territorio. El restaurante se ambientará con un eje temático que resalte la historia de la cultura colombiana, incluyendo su decoración y vajillas. Se dispondrá de medios de pagos virtuales y efectivo, teniendo en cuenta las principales billeteras digitales y bancos.

El desarrollo operativo del proyecto inicia con su producto mínimo viable: el sancocho de gallina criolla. Este plato representa una mezcla equilibrada entre tradición, sabor casero y valor nutricional, siendo altamente reconocido en la cultura local. Al tratarse de una receta asociada a encuentros familiares y celebraciones colectivas, su inclusión responde también al propósito de fomentar espacios de integración y sentido de comunidad entre los clientes. A continuación, se presenta la ficha técnica del producto a vender en el restaurante con sus respectivas características y especificaciones.

**Tabla 19.**

*Ficha técnica producto mínimo viable*

Variables	Sancocho de gallina criolla.
<b>Diseño</b>	

<b>Especificaciones técnicas</b>	Preparación tradicional colombiana elaborada a base de gallina criolla cocida con yuca, papa criolla, plátano verde, mazorca y condimentos naturales. Se acompaña con arroz blanco, ensalada fresca (lechuga, tomate y zanahoria) y una bebida de aguapanela con limón. Plato insignia del proyecto, con fuerte arraigo cultural y enfoque en lo comunitario y familiar.
<b>Presentación</b>	Servido en cuenca de barro acompañado de arroz, ensalada y bebida en vajilla de barro.
<b>Vida útil</b>	Son productos perecederos los cuales al momento de servir se deben consumir en el menor tiempo posible.

**Tabla 20.***Ficha técnica ajiaco santafereño*

<b>Variables</b>	<b>Ajiaco Santafereño</b>
<b>Diseño</b>	 <p><a href="https://blog.imusa.com.co/wp-content/uploads/2022/05/ajiaco-cocina-con-imusa.jpg">https://blog.imusa.com.co/wp-content/uploads/2022/05/ajiaco-cocina-con-imusa.jpg</a></p>
<b>Especificaciones técnicas</b>	Sopa espesa hecho con papa criolla y pastusa, pollo, mazorca guasca y crema de leche. Acompañada de porción de arroz y aguacate
<b>Presentación</b>	Servido en un plato hondo de barro con su respectiva decoración y presentación, en caso de ser para llevar se entregará en un envase biodegradable especial para sopa.
<b>Vida útil</b>	Son productos perecederos los cuales al momento de servir se deben consumir en el menor tiempo posible.

**Tabla 21.***Ficha técnica mute santandereano*


<b>Variables</b>	<b>Mute Santandereano</b>
<b>Diseño</b>	 <p><a href="https://files.alerta.rcnradio.com/alerta_santander/public/2021-09/mutesantandereano_3_0.jpg?ch0dVm6oFL44UjPIAMb.P13h0t6ofzd5">https://files.alerta.rcnradio.com/alerta_santander/public/2021-09/mutesantandereano_3_0.jpg?ch0dVm6oFL44UjPIAMb.P13h0t6ofzd5</a></p>
<b>Especificaciones técnicas</b>	Sopa espesa elaborada a base de maíz pelado, carne de res y cerdo, vísceras, legumbres y tubérculos, condimentada con aliños naturales. Acompañado de yuca cocida y ají
<b>Presentación</b>	Servido en un plato hondo de barro con su respectiva decoración y presentación, en caso de ser para llevar se entregará en un envase biodegradable especial para sopa.
<b>Vida útil</b>	Son productos perecederos los cuales al momento de servir se deben consumir en el menor tiempo posible.

Tabla 22.

*Ficha técnica carne a la llanera*

<b>Variables</b>	<b>Carne a la llanera</b>
<b>Diseño</b>	 <p><a href="https://www.parrillallanera.com/wp-content/uploads/2020/08/Plato-solo-Carne-1.jpg">https://www.parrillallanera.com/wp-content/uploads/2020/08/Plato-solo-Carne-1.jpg</a></p>
<b>Especificaciones técnicas</b>	500 g de carne de res asada, condimentada con aliños naturales, sabor ahumado y textura tierna. Acompañada de yuca y papa al vapor y ají
<b>Presentación</b>	Servido en un plato llano de barro con su respectiva decoración y presentación, en caso de ser para llevar se entregará en una caja de

	cartón especial para alimentos.
<b>Vida útil</b>	Son productos perecederos los cuales al momento de servir se deben consumir en el menor tiempo posible.

**Tabla 23.***Ficha técnica bandeja paisa*

<b>Variables</b>	<b>Bandeja paisa</b>
<b>Diseño</b>	 <p><a href="https://cloudfront-us-eas1.images.arcpublishing.com/infobae/7ZLBIEXDAFEUFB2MXROVEX2DHI.jpg">https://cloudfront-us-eas1.images.arcpublishing.com/infobae/7ZLBIEXDAFEUFB2MXROVEX2DHI.jpg</a></p>
<b>Especificación es técnicas</b>	Plato abundante con frijoles, arroz, carne molida, chicharrón, huevo frito, plátano maduro, aguacate, arepa y chorizo.
<b>Presentación</b>	Servido en un plato llano de barro con su respectiva decoración y presentación, en caso de ser para llevar se entregará en un plato para seco con divisiones hecho de material biodegradable.
<b>Vida útil</b>	Son productos perecederos los cuales al momento de servir se deben consumir en el menor tiempo posible.

**3.2.2. Descripción y Diagramación De Actividades Clave.**

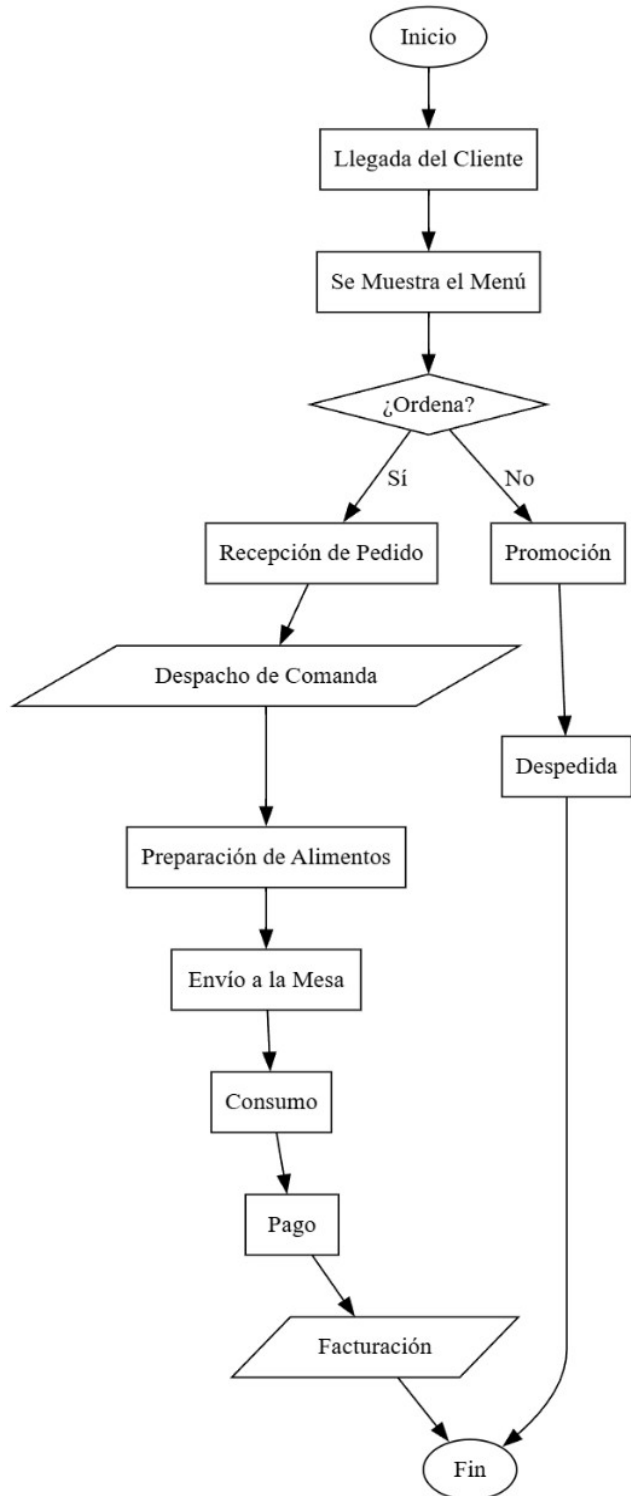
1. **Inicio:** Representa el punto de partida del proceso de servicio, donde se inicia la atención al cliente al ingresar al establecimiento.
2. **Llegada del cliente:** El cliente llega al restaurante y es recibido por el personal, marcando el comienzo de la interacción directa.
3. **Se Muestra el Menú:** Se presenta el menú al cliente para que lo revise y seleccione sus opciones, facilitando la toma de decisiones sobre los platillos.

4. **¿Ordena?** (Decisión): Se evalúa si el cliente decide realizar un pedido. Esta es una bifurcación clave en el proceso:  
  
Si la respuesta es "Sí", se continúa con el flujo principal de servicio.  
  
Si la respuesta es "No", se pasa a la rama de promoción y despedida.
5. **Recepción de Pedido** (solo si ordena): El mesero o personal toma nota detallada del pedido del cliente, asegurando que se registren correctamente los platillos, cantidades y preferencias especiales.
6. **Despacho de Comanda** (solo si ordena): Se genera y envía la comanda (documento con el pedido) a la cocina o área de preparación, actuando como instrucción formal para iniciar la elaboración.
7. **Preparación de Alimentos** (solo si ordena): En la cocina, se preparan los platillos solicitados utilizando ingredientes frescos y técnicas adecuadas, garantizando calidad y cumplimiento de estándares higiénicos.
8. **Envío a la Mesa** (solo si ordena): Los platillos preparados se entregan a la mesa del cliente de manera oportuna y presentable, completando la fase de producción.
9. **Consumo** (sólo si ordena): El cliente disfruta de los alimentos en el lugar, representando el núcleo de la experiencia gastronómica.
10. **Pago** (solo si ordena): Se realiza el cobro al cliente por los servicios y productos consumidos, utilizando métodos de pago disponibles.
11. **Facturación** (sólo si ordena): Se emite la factura o recibo oficial, documentando la transacción para fines contables y de satisfacción del cliente.
12. **Promoción**: Se ofrece información sobre promociones, descuentos o recomendaciones para incentivar futuras visitas o un pedido inmediato.

13. **Despedida:** Se despide al cliente de manera amable, agradeciendo su visita y fomentando lealtad.
14. **Fin:** Punto de cierre del proceso, donde finaliza la interacción con el cliente, independientemente del camino seguido.

**Figura 17.**

*Diagrama del procedimiento interno del servicio al cliente*



### 3.2.3. Características Del Sistema SG-SST

La resolución 0312 de 2019 establece los estándares mínimos del sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST), dentro del capítulo 1: estándares mínimos para empresas, empleadores y contratantes con diez (10) o menos trabajadores. Las empresas, empleadores y contratantes con diez (10) o menos trabajadores clasificados con riesgo I, II o III deben cumplir con los siguientes Estándares Mínimos, con el fin de proteger la seguridad y salud de los trabajadores. Ver tabla 23.

**Tabla 24.**

*Estándares mínimos para empresas SG-SST*

Ítem	Criterios. Empresas de diez (10) o menos trabajadores clasificados en riesgo I, II, III	MODO DE VERIFICACIÓN
<b>Asignación de persona que diseña el Sistema de Gestión de SST</b>	Asignar una persona que cumpla con el siguiente perfil: El diseño del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, para empresas de menos de diez (10) trabajadores en clase de riesgo I, II y III puede ser realizado por un técnico en Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) o en alguna de sus áreas, con licencia vigente en Seguridad y Salud en el Trabajo, que acredite mínimo un (1) año de experiencia certificada por las empresas o entidades	Solicitar documento soporte de la asignación y constatar la hoja de vida con soportes, de la persona asignada

Ítem	Criterios. Empresas de diez (10) o menos trabajadores clasificados en riesgo I, II, III	MODO DE VERIFICACIÓN
	<p>en las que laboró en el desarrollo de actividades de Seguridad y Salud en el Trabajo y que acredite la aprobación del curso de capacitación virtual de cincuenta (50) horas. Esta actividad también podrá ser desarrollada por tecnólogos, profesionales y profesionales con posgrado en SST, que cuenten con licencia vigente en Seguridad y Salud en el Trabajo y el referido curso de capacitación virtual de cincuenta (50) horas.</p>	
<b>Afiliación al Sistema de Seguridad Social Integral</b>	<p>Afiliación a los Sistemas de Seguridad Social en Salud, Pensión y Riesgos Laborales de acuerdo con la normatividad vigente</p>	<p>Solicitar documento soporte de afiliación y del pago correspondiente</p>
<b>Capacitación en SST</b>	<p>Elaborar y ejecutar programas o actividades de capacitación en promoción y prevención, que incluya como mínimo lo referente a los peligros/riesgos prioritarios y las medidas de prevención y control.</p>	<p>Solicitar documento soporte de las acciones de capacitación realizadas /planillas, donde se evidencie la firma de los trabajadores</p>
<b>Plan Anual de Trabajo</b>	<p>Elaborar el Plan Anual de Trabajo del Sistema de Gestión de SST, firmado por el empleador o contratante, en el que se identifiquen como mínimo: objetivos,</p>	<p>Solicitar documento que contenga Plan Anual de Trabajo</p>

Ítem	Criterios. Empresas de diez (10) o menos trabajadores clasificados en riesgo I, II, III	MODO DE VERIFICACIÓN
<b>Evaluaciones médicas ocupacionales</b>	metas, responsabilidades, recursos y cronograma anual. Realizar las evaluaciones médicas ocupacionales de acuerdo con la normatividad y los peligros/riesgos a los cuales se encuentre expuesto el trabajador.	Conceptos emitidos por el médico evaluador en el cual informe recomendaciones y restricciones laborales.
<b>Identificación de peligros; evaluación y valoración de riesgos</b>	Realizar la identificación de peligros y la evaluación y valoración de los riesgos con el acompañamiento de la ARL	Solicitar documento con la identificación de peligros; evaluación y valoración de los riesgos. Constancia de acompañamiento de la ARL - acta de visita ARL
<b>Medidas de prevención y control frente a peligros/riesgos identificados</b>	Ejecutar las actividades de prevención y control de peligros y/o riesgos, con base en el resultado de la identificación de peligros, la evaluación y valoración de los riesgos	Solicitar documento soporte con acciones ejecutadas

Nota. Resolución 0312 de 2019. Tomada de [https://www.google.com/search?q=https&rlz=1C1FKPE\\_esCO1154CO1154&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=https&rlz=1C1FKPE_esCO1154CO1154&sourceid=chrome&ie=UTF-8)

Estos criterios son tenidos en cuenta en el restaurante de comida típica colombiana, donde se realiza la planeación, diseño, ejecución y seguimiento por un profesional en HSEQ (salud, seguridad, medio ambiente y calidad), contratado directamente por la empresa y se le cancela un valor de \$1.500.000 por la elaboración del diseño del sistema de seguridad y salud en el trabajo (SST) y por el acompañamiento de la implementación SGSST un valor de \$600.000 semestral. Ver apéndice 2.

### 3.2.4. *Análisis Ambiental*

El restaurante de comida típica colombiana incorpora políticas orientadas al cuidado y la protección del medio ambiente, promoviendo prácticas sostenibles dentro de sus operaciones. Si bien todavía no se cuenta con proveedores locales confirmados, la empresa tiene como objetivo establecer alianzas con proveedores de la región que implementen prácticas responsables en el manejo de materias primas, reduciendo en el futuro la huella ambiental asociada al transporte y fomentando la economía local.

En su gestión operativa, el restaurante aplica un sistema de separación en la fuente, clasificando los residuos en orgánicos, reciclables y no aprovechables. De igual manera, se ha eliminado el uso de plásticos de un solo uso y se han implementado empaques y envases biodegradables, destinando aproximadamente \$2.000.000 anuales para apoyar esta transición hacia materiales más sostenibles.

Además, el establecimiento desarrolla un plan de manejo de residuos orgánicos, destinado a minimizar los impactos ambientales generados por los restos de alimentos. Estos residuos se almacenan en contenedores especiales y posteriormente se entregan a:

Gestores autorizados de residuos orgánicos, quienes se encargan del transporte y tratamiento adecuado.

Productores agropecuarios o proyectos de compostaje, cuando sea posible, buscando que estos desechos se transformen en abono y contribuyan a un ciclo de aprovechamiento circular.

Este proceso evita que los residuos de comida lleguen a suelos o fuentes hídricas, mitigando riesgos de contaminación y cumpliendo con los lineamientos ambientales establecidos. Con estas acciones, el restaurante avanza hacia una operación más sostenible, aun cuando algunos procesos, como la vinculación con proveedores locales responsables, se encuentran en fase de gestión y consolidación. Ver apéndice 3.

### 3.2.5. Recursos Clave

Los recursos claves para el restaurante de comida típica colombiana, se establecen a partir de los recursos humanos, conocimiento e infraestructura.

**3.2.5.1. Talento Humano.** Para la gestión del talento humano se tendrá como referente la Clasificación Nacional de Ocupaciones (CON) del SENA. Esta clasificación define bajo un código de manera estandarizada los perfiles, funciones, nivel de cualificación y competencias requeridas para cada cargo. Los cargos estipulados para este restaurante son: gerente (Código: 0631), cocineros (Código: 6355), community manager (Código: 6236), cajero (Código: 6323) y dos meseros (Código: 6353).

La selección del personal se realiza priorizando candidatos que encajen con el perfil, cuenta con experiencia, conocimiento y competencias comprobadas.

**Tabla 25.**

*Nómina de talento humano*

<b>CARGO</b>	<b>PERFIL</b>	<b>Nº PUESTOS</b>
<b>Gerente</b>	Profesional en gestión empresarial	1
<b>Community manager</b>	Técnico en áreas administrativas	1
<b>Cocineros</b>	Técnico en cocina	2
<b>Meseros</b>	Bachiller y un año de experiencia en atención al cliente	2

<b>Cajero</b>	Bachiller	1
---------------	-----------	---

**3.2.5.2. Infraestructura.** La infraestructura necesaria para poner en marcha el restaurante de comida típica colombiana en el municipio del Socorro, es la siguiente. Y además se tiene en cuenta la compra extra de ciertos equipos, herramientas o enseres, para prevención de errores e irrupciones en el flujo de trabajo, como sillas, comedores, platos, vasos, etc.

**Tabla 26.**

*Equipo de oficina*

<b>ACTIVO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>ESPECIFICACIONES GENERALES</b>
<b>Escritorio</b>	2	Madera de 3 cajones
<b>Botiquín</b>	1	Ninguna
<b>Cámara de seguridad</b>	2	Tapo C500 lp Robótica 360°
<b>Extintor</b>	2	Multipropósito 10Lb
<b>Silla de oficina</b>	2	Ergonómica
<b>Caja registradora</b>	1	Ninguna
<b>Datafono</b>	1	Bolt Neo Portátil

**Tabla 27.**

*Equipo de computación y comunicación*

<b>ACTIVO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>ESPECIFICACIONES GENERALES</b>
<b>Computador</b>	2	HP AIO 22-dg001la
<b>Impresora</b>	2	Impresora POS JALTECH papel 80mm
<b>Teléfono celular</b>	2	Samsung A07
<b>Cámara GoPro</b>	1	360 GoPro MAX

**Tabla 28.**

*Maquinaria y equipo*

<b>ACTIVO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>ESPECIFICACIONES</b>
<b>Plancha industrial</b>	1	En hierro 90 x 60
<b>Freidora a gas</b>	1	Dos tanques de 5 Lt cada uno
<b>Vitrina vertical mixta SWAN</b>	1	Capacidad de 360 Litros. Refrigerera y congela
<b>Campana extractora</b>	1	Acero inoxidable 430 calibre 22 con filtros
<b>Mesa refrigerada</b>	1	En acero inoxidable
<b>Congelador SWAN</b>	1	De 293 litros
<b>Empacadora al vacío</b>	1	Capacidad de 30 empaques por hora
<b>Licuadaora</b>	1	Marca RenaHouse de 6.5 litros
<b>Estufa de 6 puestos</b>	1	Fogones en hierro y entrepaño
<b>Sarten industrial</b>	1	Marca Winco, tipo gladiator.
<b>Ollas industriales</b>	2	Marca Winco de 40 Lt
<b>Calderos industriales</b>	2	Capacidad de 24 litros
<b>Tazones mezcladores</b>	1	En acero de diferentes tamaños.
<b>Lavaplatos</b>	1	Acero de 2 metros con poceta de 20 cm fondo

Tabla 29.

*Muebles y enseres*

<b>ACTIVO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>ESPECIFICACIONES</b>
<b>Escurreidor</b>	3	De 3 pisos
<b>Estante metálico</b>	2	De dos metros de alto y 0.92 de ancho
<b>Azafates</b>	8	Acero inoxidable
<b>Termómetro infrarrojo</b>	1	Ninguna
<b>Coladores</b>	1	Tipo chino y fino
<b>Bandejas</b>	5	Plástico antideslizante
<b>Cazuelas para sopa</b>	80	En barro
<b>Platos</b>	80	Bandejas de barro
<b>Vasos</b>	13	Set de 6 vasos de 11 Oz
<b>Jarras</b>	15	Dispensador de Vidrio de 1.8 Litros
<b>Sets cubiertos para comedor</b>	20	Set de 20 piezas (4 personas)
<b>Manteles</b>	15	Con diseño
<b>Salseros</b>	30	De dos divisiones

<b>ACTIVO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>ESPECIFICACIONES</b>
<b>Tablas para picar</b>	6	De color verde, rojo y blanco
<b>Utensilios</b>	1	Cucharones, espátulas, escurridores, filtros, cuchillos, afiladores, rayador, tablas de corte, exprimidor, etc.
<b>Caneca</b>	2	Con tapa pedal
<b>Comedor</b>	13	De 6 puestos con sillas incluidas
<b>Mesón en acero</b>	1	De 1.50 cm
<b>Cepillos para tablas</b>	3	Ninguna

**Tabla 30.**

*Herramientas, repuestos y accesorios*

<b>ACTIVO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>ESPECIFICACIONES</b>
<b>Kit de herramientas</b>	1	Con taladro inalámbrico
<b>Soporte para tablas</b>	1	Ninguna
<b>Kit de señalización</b>	1	30 señalizaciones
<b>Barra magnética</b>	1	Para cuchillos
<b>Papel impresor</b>	1	Rollo térmico x 6 unidades
<b>Bolsas herméticas</b>	1	250 unidades 25 x 35
<b>Pechera GoPro</b>	1	Ajustable para cámara y celular
<b>Lámpara</b>	1	Aro de luz blanca.
<b>Balanza digital</b>	2	Ninguna
<b>Micrófono solapa</b>	2	Inalámbrico profesional

**3.2.5.3. Materiales, Insumos o Mercancías.** A continuación, se presentan los materiales directos e indirectos a partir de la capacidad utilizada del año uno, calculando los insumos necesarios para la preparación de una unidad del producto mínimo viable: sancocho de gallina. Ver tabla 30 y 31.

**Tabla 31.**

*Materiales directos, insumos o mercancías para la venta*

<b>MATERIAL</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD POR UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD AÑO 1</b>
<b>Gallina</b>	Gramos	300,0000	22.453.200
<b>Yuca</b>	Gramos	50,0000	3.742.200
<b>Plátano</b>	Gramos	50,0000	3.742.200
<b>Papa</b>	Gramos	90,0000	6.735.960
<b>Mazorca</b>	Gramos	90,0000	6.735.960
<b>Tomate</b>	Gramos	100,0000	7.484.400
<b>Cebolla larga</b>	Gramos	30,0000	2.245.320
<b>Ajo</b>	Gramos	20,0000	1.496.880
<b>Cilantro</b>	Gramos	10,0000	748.440
<b>Sal</b>	Gramos	5,0000	374.220
<b>Achiote</b>	Gramos	3,0000	224.532
<b>Arroz</b>	Gramos	100,0000	7.484.400
<b>Lechuga</b>	Gramos	30,0000	2.245.320
<b>Zanahoria</b>	Gramos	20,0000	1.496.880
<b>Cebolla cabezona</b>	Gramos	20,0000	1.496.880
<b>Aguacate</b>	Gramos	20,0000	1.496.880
<b>Panela</b>	Gramos	30,0000	2.245.320

Tabla 32.

*Materiales indirectos*

<b>MATERIAL</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD POR UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD AÑO 1</b>
<b>Vinagre</b>	mililitros	25,0000	1.871.100
<b>Agua</b>	Litros	2,0000	149.688
<b>Mezcla de condimentos</b>	gramos	35,0000	2.619.540
<b>Aceite</b>	mililitros	40,0000	2.993.760
<b>Tarjeta informativa de 7 x 10 cm</b>	unidades	1,0000	74.844

### 3.2.6. *Distribución De La Planta*

El local dónde se ubicará el restaurante de comida típica colombiana en el municipio del Socorro, consta de 140 metros cuadrados, espacio en el cual se distribuyen las áreas de comedor, mostrador o caja, baños para clientes, oficina, bodega, cuarto de aseo y baño para empleados.

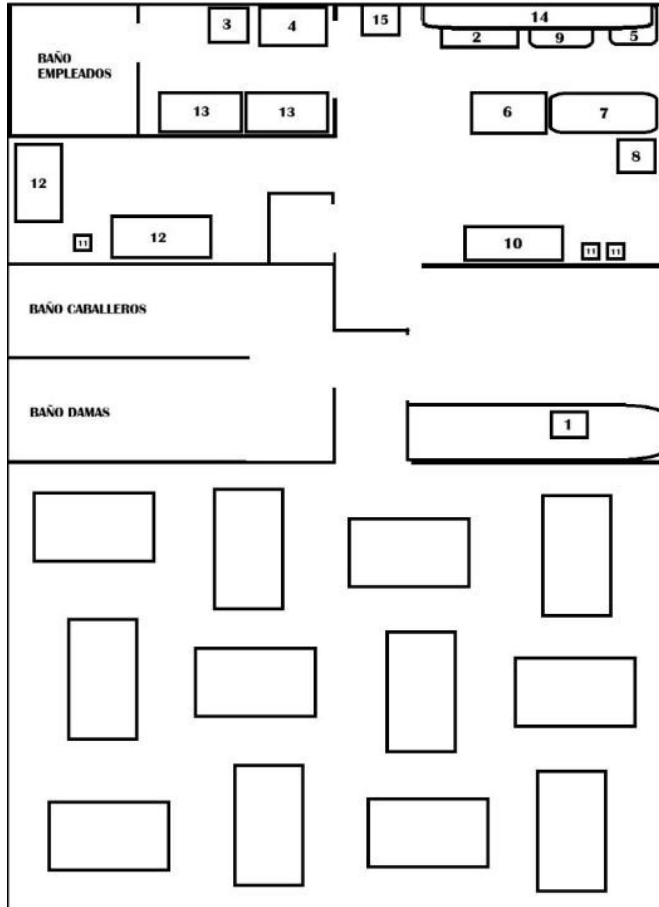
**Tabla 33.**

*Metros de área definida*

SECTOR	ÁREA (metros cuadrados)
Cocina (recepción y preparación de alimentos)	20
Baños	4
Bodega (almacenamiento)	6
Mostrador	15
Baños mixtos	15
Comedor	70
Oficina	8,5
Cuarto aseo	1,5
TOTAL	140

En la figura 18 se muestra la distribución de los diferentes activos con la siguiente identificación:

- |                           |                        |                           |
|---------------------------|------------------------|---------------------------|
| 1. Caja registradora      | 6. Mesa de trabajo     | 11. Canecas de basura     |
| 2. Estufa de seis puestos | 7. Mesón refrigerador  | 12. Escritorios oficina   |
| 3. Nevera vertical mixta  | 8. Empacadora al vacío | 13. Estanterías metálicas |
| 4. Congelador industrial  | 9. Plancha industrial  | 14. Campana extractora.   |
| 5. Freidora               | 10. Lavaplatos         | 15. licuadora             |

**Figura 18.***Distribución de la planta*

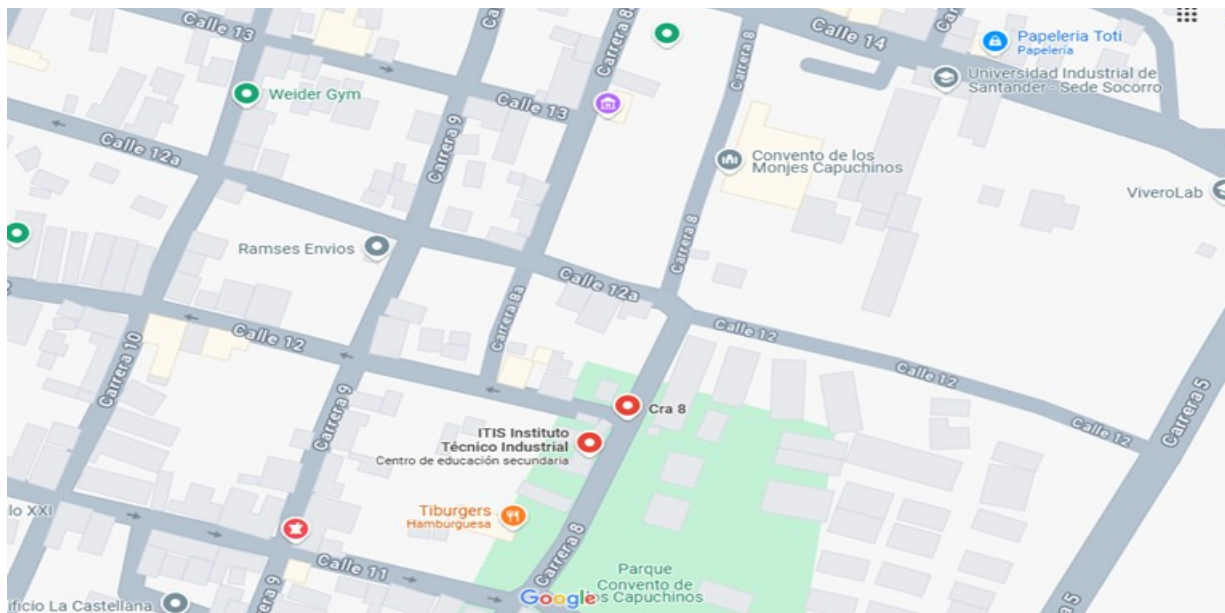
### 3.2.7. Localización

A continuación, se describen los datos de la localización que tendrá el restaurante de comida típica colombiana en el municipio del Socorro, Santander. De esta misma forma, los detalles de la macro localización y micro localización.

**3.2.7.1. Macro Localización.** El punto físico del restaurante de comida típica colombiana, estará ubicado en el municipio del Socorro, capital de la provincia comunera, en el departamento de Santander. Este municipio cuenta con una gran población local, presencia de estudiantes universitarios, viajeros de paso y turistas nacionales e internacionales que lo consideran un destino patrimonial religioso y cultural. Para esto se realiza un análisis de los factores de necesidad de remodelación, área disponible, zona de parqueo, canon de arrendamiento y facilidad de acceso para clientes. Ver figura 19.

**Figura 19.**

*Macro localización*



*Fuente: Google Maps (2024).*

**3.2.7.2. Micro Localización.** Para elegir la ubicación del restaurante de comida típica santandereana en el municipio del Socorro se tienen en cuenta tres diferentes seleccionados a partir de las respuestas obtenidas en la pregunta 10 de la encuesta, ¿Dónde le gustaría que estuviera ubicado el restaurante de comida típica colombiana en el municipio del Socorro? Los resultados mostraron una mayor inclinación por la zona céntrica, la zona comercial y el parque de los Capuchinos, siendo estos los sectores con mayor aceptación por parte de la población encuestada.

Para la zona céntrica del municipio del Socorro, se realizó una investigación sobre los lugares más adecuados para la instalación del restaurante, encontrando varias opciones cercanas a los parques principales del municipio. En cuanto a la ubicación en la zona comercial, se evaluaron sitios que pudieran adaptarse adecuadamente, considerando factores como los niveles de ruido y la alta afluencia de peatones, con el fin de asegurar comodidad y visibilidad para los clientes. En la zona cercana al parque de los Capuchinos se dispone de un terreno a nombre de un socio fundador con alto potencial para la adecuación del restaurante y eliminación del pago de arrendamiento. La elección de la ubicación del restaurante de comida típica colombiana se fundamenta en varios factores: necesidad de remodelación, área disponible, zona de parqueo, valor del arriendo, facilidad de acceso y disponibilidad de servicios públicos.

**Tabla 34.**

*Micro localización método cuantitativo por puntos*

FACTOR	PESO	UBICACIÓN	UBICACIÓN	UBICACIÓN 3
		1 zona céntrica	2 Zona comercial	Parque de los Capuchinos
Necesidad de remodelación	15%	7	8	7
Área disponible	15%	4	5	8
Zona de parqueo	15%	3	3	7
Canon de arrendamiento	15%	2	2	10

<b>FACTOR</b>	<b>PESO</b>	<b>UBICACIÓN 1 zona céntrica</b>	<b>UBICACIÓN 2 Zona comercial</b>	<b>UBICACIÓN 3 Parque de los Capuchinos</b>
Facilidad de acceso para clientes	25%	9	5	9
Disponibilidad de servicios públicos	15%	8	8	8
<b>TOTALES</b>	<b>100%</b>	<b>5,85</b>	<b>5,15</b>	<b>8,25</b>

Las ubicaciones uno y dos, correspondientes a la zona céntrica y a la zona comercial, fueron descartadas debido a que presentan un alto tráfico vehicular y peatonal, lo cual dificultará ofrecer un servicio al cliente en un ambiente tranquilo y acogedor, tal como lo requiere el concepto del restaurante. Adicionalmente, estas zonas disponen de espacios reducidos, presentan altos costos en los cánones de arrendamiento y carecen de parqueaderos cercanos, lo que limita la comodidad y accesibilidad de los clientes.

En base a esto, se optó por la ubicación número tres, la cual obtuvo la mayor ponderación en el análisis cuantitativo, resultado que respalda su selección como el lugar más conveniente para la puesta en marcha del restaurante de comida típica colombiana en el municipio del Socorro, al considerar cada uno de los factores evaluados y el peso porcentual asignado.

El local seleccionado para la puesta en marcha del restaurante de comida típica colombiana en el municipio del Socorro obtuvo una ponderación de 8,25 según el método cuantitativo de localización, lo que respalda su idoneidad para el proyecto. El restaurante de comida típica estará ubicado en la Carrera 8 N° 11-65, en una zona residencial del municipio del Socorro. La localización es estratégica debido a que se encuentra a 120 metros de la sede de la Universidad Industrial de Santander, a 10 metros del Instituto Técnico Industrial y a 50 metros del Parque de los Capuchinos, lo que asegura un entorno con alto flujo de peatones, estudiantes y visitantes. Estas

condiciones generan una constante afluencia de potenciales clientes provenientes tanto de la comunidad académica como de la población local y de los turistas que recorren el municipio. Asimismo, la ubicación facilita la visibilidad y el acceso al establecimiento, integrándolo de manera favorable con la dinámica cultural, social y comercial de la zona.

El local, ubicado en un primer piso, asegura una óptima accesibilidad para los clientes y favorece la eficiencia en el desarrollo de las actividades operativas propias del restaurante. Adicionalmente, dispone de acceso a todos los servicios públicos y se encuentra en una zona estratégica, próxima a farmacias, supermercados, bomberos e instituciones educativas. Cabe resaltar que el inmueble es propio, lo que reduce costos fijos relacionados con arrendamiento y se ajusta a las necesidades del restaurante, requiriendo únicamente una inversión en su remodelación para adecuarse a los estándares de servicio y confort esperados.

### ***3.2.8. Control De Calidad.***

El control de calidad en el restaurante se gestionará con un enfoque preventivo y sistemático, orientado a garantizar la inocuidad, uniformidad y satisfacción del cliente en todas las etapas del proceso productivo y de servicio. Para ello, se implementará un sistema de verificación continúa apoyado en herramientas de gestión que permitan documentar, controlar y mejorar el desempeño de las operaciones.

#### **Antes del proceso**

En esta fase se buscará asegurar la calidad de los insumos, equipos y condiciones iniciales de trabajo.

**Actividades principales:** inspección de materias primas, validación de proveedores, control de inventarios, verificación de condiciones de almacenamiento (temperatura, humedad, limpieza) y revisión del estado de utensilios y equipos.

**Herramientas de gestión:** listas de chequeo de recepción de materias primas, registros de temperatura, fichas técnicas de insumos, y formato de aprobación de proveedores.

### **Durante el proceso**

Corresponde a la vigilancia de los parámetros operativos y sanitarios que inciden directamente en la inocuidad y presentación del producto final.

**Actividades principales:** control de tiempos y temperaturas de cocción, verificación de higiene del personal, supervisión de manipulación de alimentos y medición de porciones

**Herramientas de gestión:** hojas de control de procesos, registros de puntos críticos de control (PCC), termómetros calibrados, observaciones de desempeño y control visual de procesos.

### **Después del proceso**

Se orienta a la verificación del cumplimiento de los estándares establecidos en el producto final y la satisfacción del cliente.

**Actividades principales:** revisión de la presentación, temperatura y sabor del plato antes del despacho, control de tiempos de servicio, seguimiento a quejas y reclamos, y evaluación de la experiencia del cliente.

**Herramientas de gestión:** encuestas de satisfacción, indicadores de no conformidades, y registros de acciones correctivas y preventivas. Indicadores de desempeño, auditorías internas, reuniones de revisión por la dirección y programas de capacitación.

El restaurante cumplirá con la normativa legal vigente en materia de calidad e inocuidad alimentaria, garantizando que los procesos se desarrollen bajo criterios de seguridad, responsabilidad y sostenibilidad.

### **3.3. Capacidad Del Proyecto**

Para el cálculo de la capacidad del proyecto es necesario conocer la capacidad operativa del restaurante, la cual está limitada a la ocupación de mesas y el ciclo de consumo del cliente. El gráfico del proceso de flujo a continuación es un complemento al diagrama de flujo de la figura 17, la cual proporciona un tiempo estimado de cada actividad observada.

**Figura 20.***Diagrama de flujo del proceso de servicio al cliente.*

GRAFICA DEL PROCESO DE FLUJO										
OPERACIÓN		SERVICIO AL CLIENTE								
AREA		COMEDOR								
OPERADOR		MESEROS, CAJEROS Y COCINEROS								
N°	Descripción de la actividad	•	■	▼	→	D	Tiempo	Distancia (metros)	Observaciones	
1	INICIO	•					0"	0	Representa el punto de partida del proceso de servicio, donde se inicia la atención al cliente al ingresar al establecimiento.	
2	LLEGADA DEL CLIENTE				→		5"	5	El cliente llega al restaurante y es recibido por el personal, marcando el comienzo de la interacción directa.	
3	SE MUESTRA EL MENÚ	•					3'	0	Se presenta el menú al cliente para que lo revise y seleccione sus opciones.	
4	¿ORDENA? (DECISIÓN)		■				2'	0	<b>Bifurcación clave:</b> Si "Si" → continúa con Recepción de Pedido. Si "No" → va directamente a Promoción y Despedida.	
5	RECEPCION DE PEDIDO (solo si ordena)			▼			1'	0	El mesero toma nota detallada del pedido, cantidades y preferencias especiales.	
6	DESPACHO DE COMANDA (solo si ordena)				→		30"	10	Se genera y envía la comanda a la cocina.	
7	PREPARACIÓN DE ALIMENTOS (solo si ordena)	•					12'	0	En la cocina se preparan los platillos con ingredientes frescos y estándares higiénicos.	
8	ENVÍO A LA MESA (solo si ordena)				→		2'	15	Los platillos se entregan a la mesa de manera oportuna y presentable.	
9	CONSUMO (solo si ordena)	•					30'	0	El cliente disfruta de los alimentos en el lugar.	
10	PAGO (solo si ordena)	•					3'	0	Se realiza el cobro con los métodos de pago disponibles.	
11	FACTURACIÓN (solo si ordena)			▼			1'	0	Se emite la factura o recibo oficial.	
12	PROMOCIÓN	•					30"	0	Se ofrece información sobre promociones, descuentos o recomendaciones (aplica en ambas ramas).	
13	DESPEDIDA	•					30"	0	Se despide al cliente de manera amable, agradeciendo su visita y fomentando lealtad.	
14	FIN	•					0"	0	Punto de cierre del proceso (independiente del camino seguido).	
<b>TOTAL</b>		<b>8</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>55'35"</b>	<b>30</b>		

### 3.3.1. *Capacidad Total Diseñada*

La capacidad total diseñada corresponde al nivel máximo posible de producción en las 24 horas del día durante los 365 días al año. Según la figura 20, el tiempo de servicio por mesa es de 55 minutos aproximadamente, lo que permite un total de 26 ciclos de servicios durante las 24 horas. Dado que el restaurante tiene la capacidad de aforo de 72 personas o sillas.

**Tabla 35.**

*Capacidad diseñada del restaurante de comida típica colombiana*

<b>CAPACIDAD DISEÑADA DE RESTAURANTE DE COMIDA TÍPICA COLOMBIANA</b>	
Horas diarias	24
Tiempo de servicio por mesa(horas)	0,92 (55 minutos)
Ciclos de servicios por día	26
Sillas disponibles por servicio (unidades)	72
Capacidad total diseñada por día (Platos)	1.872
Días laborables al año	365
Total (platos al año)	683.280

Como se observa en la tabla 35, se obtiene un estimado de 683.280 platos típicos al año, para ser comercializados en el municipio del Socorro.

### 3.3.2. *Capacidad Instalada Restaurante De Comida Típica Colombiana*

La capacidad instalada corresponde al nivel de prestación real que se puede alcanzar bajo condiciones normales de operación. Para este cálculo se considera el tiempo efectivo de servicio al cliente, teniendo en cuenta que el servicio al cliente inicia a las 11:00 a.m. hasta las 3:40 p.m. (Es decir 280 minutos), lo que reduce los ciclos de servicio a 5 por día y se trabaja 6 días a la semana durante las 50 semanas del año descontando las dos semanas de vacaciones, es decir, 297 días al año. La capacidad diseñada total es:

**Tabla 36.***Capacidad diseñada del restaurante de comida típica colombiana*

<b>CAPACIDAD INSTALADA DEL RESTAURANTE DE COMIDA TÍPICA COLOMBIANA</b>	
Horas de servicio efectivo	4,66 (280 minutos)
Tiempo de servicio por mesa (horas)	0,92 (55 minutos)
Ciclos de servicios por día	5
Sillas disponibles por servicio (unidades)	72
Capacidad instalada máxima por día (Platos)	360
Días laborales al año	297
Total, platos al año	106.920

Como se observa en la tabla 36, se obtiene un estimado de 106.920 platos típicos al año, para ser comercializados en el municipio del Socorro.

### 3.3.3. *Capacidad Utilizada Y Proyectada*

El restaurante de comida típica colombiana cuenta con las herramientas necesarias para mejorar su productividad. Considerando la curva de aprendizaje y una proyección de crecimiento de la demanda, se estima un inicio en el 70% de la capacidad instalada el primer año, con un incremento del 5% anual, alcanzando hasta el 90% en el quinto año.

**Tabla 37.***Capacidad utilizada y proyectada*

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Capacidad instalada</b>	106.920	106.920	106.920	106.920	106.920
<b>Porcentaje de utilización de la Capacidad instalada</b>	70%	75%	80%	85%	90%
<b>Capacidad utilizada y proyectada</b>	74.844	80.190	85.536	90.882	96.228

Como se observa en la tabla 37, se obtiene una capacidad utilizada y proyectada de 74.844 platos típicos en el primer año y asciende a 96.228 platos típicos en el quinto año.

#### **4. Estudio Administrativo.**

El estudio administrativo permite definir el diseño óptimo de la estructura organizacional del restaurante de comida típica colombiana, determinando su forma de constitución y estableciendo los lineamientos necesarios para su adecuada gestión y puesta en marcha.

##### **4.1. Forma De Constitución.**

Para elegir la forma de constitución del restaurante de comida típica santandereana se consideran dos diferentes opciones: la sociedad por acciones simplificada (S.A.S.) y la sociedad de responsabilidad limitada (Ltda.). La primera cuenta con una forma de constitución sencilla muy útil por su flexibilidad, facilidad de creación y manejo. Este tipo de constitución limita la responsabilidad de sus socios al monto de sus aportes, cuenta con una estructura organizativa sencilla que facilita gestión. En cambio, la sociedad de responsabilidad limitada se constituye por medio de una escritura pública donde también se limita la responsabilidad de los socios al monto de sus aportes, su administración recae en varios gerentes lo que la convierte en una figura menos flexible orientada principalmente a empresas familiares. De esta forma se considera conveniente elegir la sociedad por acciones simplificadas (S.A.S), pues cuenta con una forma de constitución económica y rápida que protege el patrimonio de los socios, lo cual se adapta al crecimiento del restaurante.

El restaurante de comida típica colombiana, “Antepasados S.A.S.”, se constituye como un establecimiento de comercio conformado por su nombre comercial, los diferentes platos típicos que ofrece, el mobiliario y las instalaciones, respetando todas las obligaciones mercantiles

derivadas del desarrollo de sus actividades en su establecimiento. De esta misma forma, se constituye bajo la figura de sociedad por acciones simplificadas (S.A.S.) conforme a la normativa vigente en Colombia, a partir de lo establecido en la ley 1258 de 2008, donde su principal objetivo es la preparación, venta y comercialización de alimentos típicos colombianos para consumo inmediato y para llevar a través de plataformas digitales.

El capital autorizado, suscrito y pagado será definido por sus dos socios fundadores en el acta de constitución, donde los accionistas no serán responsables de forma personal por las obligaciones sociales, su responsabilidad estará limitada a el valor de sus aportes de acuerdo a lo estipulado por la ley. “Antepasados S.A.S.”, tendrá como domicilio el municipio del Socorro Santander, donde contará con un representante legal, quién tendrá facultades para ejecutar decisiones de la sociedad y representar a la empresa ante terceros. Por su parte, la sociedad tendrá una duración indefinida a menos que los socios decidan lo contrario por medio de una reforma estatutaria.

## **4.2. Estructura Organizacional**

La estructura organizacional es el marco en el que se organizan las actividades, responsabilidades y funciones de la organización por medio de la asignación, coordinación y control de actividades para el logro de los objetivos.

### ***4.2.1. Misión***

En el restaurante de comida típica colombiana Antepasados S.A.S., queremos incentivar y promover las tradiciones gastronómicas propias del país a través de preparaciones auténticas, atractivas y llenas de sabor que fortalezcan el reconocimiento y la apropiación cultural. La propuesta de Antepasados S.A.S. tiene como finalidad conectar a las generaciones por medio de la

cocina, a través del rescate de recetas ancestrales con la fusión de elementos modernos que permitan a la población descubrir y valorar sus raíces dentro de un ambiente cálido y acogedor. Antepasados S.A.S. trabaja dentro de un entorno profesional enfocado en los principios de respeto, responsabilidad y fidelidad tanto con los clientes como con el equipo de trabajo, con el fin de crecer y posicionar la marca dentro del mercado gastronómico del municipio del Socorro.

#### ***4.2.2. Visión***

ANTEPASADOS S.A. será en el año 2030 un restaurante altamente reconocido dentro del departamento de Santander por su gran compromiso con la preservación y promoción de la gastronomía típica colombiana, ofreciendo experiencias auténticas que permitan conectar a las nuevas generaciones con sus raíces culturales. Poder consolidarnos como un referente de identidad, sabor y tradición combinando la innovación en la prestación del servicio con la excelencia y calidad de cada preparación.

#### ***4.2.3. Valores Corporativos***

El restaurante de comida típica colombiana Antepasados S.A.S., ejerce su labor comercial teniendo en cuenta los siguientes valores corporativos.

**Transparencia:** la confianza se construye con honestidad, por esta razón se comparte con orgullo el origen de los ingredientes y la forma de preparación de cada platillo. Se opta por mantener una comunicación clara con los clientes, colaboradores y proveedores, promoviendo relaciones basadas en el respeto y la sinceridad.

**Responsabilidad:** cada proceso se realiza con responsabilidad teniendo en cuenta el cuidado y preservación del medio ambiente, mediante el uso de prácticas sostenibles, implementación de procesos de reciclaje y separación de residuos; de igual forma, la

responsabilidad con nuestros clientes y colaboradores se ve reflejada con productos en perfecto estado, orden y presentación.

**Servicio:** El restaurante de comida típica santandereana Antepasados S.A.S. trabaja incansablemente en la prestación de un servicio de alta calidad y el ofrecimiento de una experiencia auténtica y cálida para lograr la satisfacción de todo el equipo de trabajo y la fidelización de sus clientes actuales y potenciales.

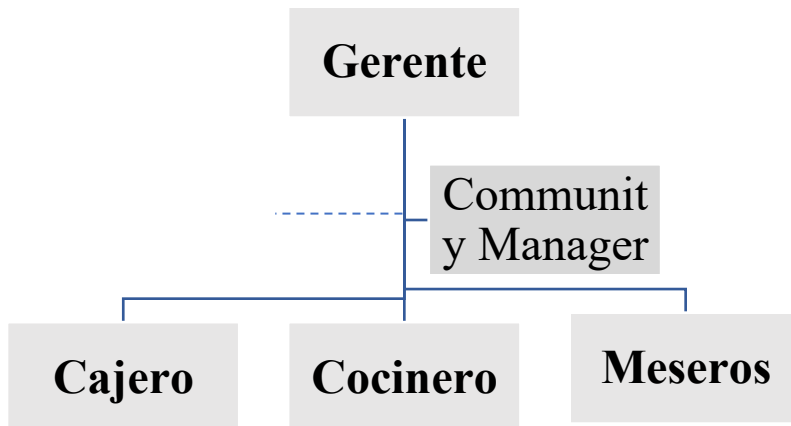
**Compromiso:** el restaurante de comida típica santandereana Antepasados S.A.S. trabaja en la promoción y preservación de la cultura gastronómica colombiana, demostrando cada día su compromiso con la conservación de las raíces ancestrales a través de la identidad gastronómica, la excelencia en la prestación del servicio y el trabajo incansable en la satisfacción de quienes los visitan.

**Innovación:** el restaurante de comida típica santandereana Antepasados S.A.S. trabaja constantemente para poder deleitar y sorprender a sus clientes, innovando en la presentación, los procesos y la experiencia gastronómica, combinando la tradición y creatividad en cada uno de sus platillos para mantener su propuesta memorable.

#### 4.2.4. Organigrama.

**Figura 21.**

*Organigrama restaurante de comida típica colombiana*



#### 4.2.5. Asignación Salarial

Según el organigrama establecido para el restaurante de comida típica santandereana, en la empresa se cuenta con un gerente dentro del área administrativa, dos personas encargadas de la preparación de alimentos en el área operativa y dos meseros y un cajero dentro del área comercial y de ventas; los cuales tienen una asignación salarial con base en el salario mínimo legal vigente para el año 2026.

**Tabla 38.**

*Asignación salarial nómina*

CARGO	SUELDO	SUBSIDIO TRANSPORTE	ÁREA	TIPO DE CONTRATO	Nº PUESTOS
<b>Gerente</b>	\$ 3.000.000	\$ 249.095	Administrativa	Indefinido	1
<b>Mesero</b>	\$ 1.750.905	\$ 249.095	Comercial	Indefinido	2
<b>Cajero</b>	\$ 1.750.905	\$ 249.095	Comercial	Indefinido	1
<b>Cocinero</b>	\$ 2.000.000	\$ 249.095	Operativa	Indefinido	2
<b>Community Manager</b>	\$2.000.000	\$ 249.095	Comercial	Indefinido	1

## 5. Estudio Financiero

El estudio financiero permite identificar la inversión inicial necesaria para el funcionamiento del restaurante *Antepasados S.A.S.* Esta inversión incluye activos fijos como equipos de cocina y mobiliario, así como una inversión diferida en adecuaciones, permisos y promoción. Sin embargo, la mayor parte de la inversión se destina al capital de trabajo, especialmente a la compra de ingredientes, esenciales para garantizar la operación continua y la calidad de las preparaciones tradicionales santandereanas. Además, esta soportado por las cotizaciones realizadas en diferentes empresas o sitios web de confianza.

### 5.1. Inversión Fija Y Diferida

#### 5.1.1. Inversión Fija.

En el restaurante de comida típica colombiana, la inversión fija se compone de los activos en equipo de oficina, equipo de computación y comunicación, muebles y enseres para el manejo de estrategias de marketing y herramientas.

#### Tabla 39.

##### *Inversión fija*

ACTIVO	VALOR TOTAL
--------	-------------

Equipo de oficina	\$ 2.805.500
Equipo de computación y comunicación	\$ 7.278.800
Maquinaria y equipo	\$ 36.285.150
Terreno	\$ 0
Construcciones y edificaciones	\$ 0
Muebles y enseres operativos	\$ 19.165.110
Herramientas, repuestos y accesorios	\$ 2.382.090
Inventario de mercancía	\$ 0
<b>TOTAL INVERSIÓN FIJA</b>	<b>\$ 67.916.650</b>

#### 5.1.1.1. Equipo De Oficina.

**Tabla 400.**

*Equipo de oficina*

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Escritorio	2	\$ 569.900	\$ 1.139.800	\$ 167.960	\$ 300.000
Botiquín	1	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 9.000	\$ 25.000
Cámara de seguridad	2	\$ 250.000	\$ 500.000	\$ 70.000	\$ 150.000
Extintor	2	\$ 75.000	\$ 150.000	\$ 20.000	\$ 50.000
Silla de oficina	2	\$ 215.000	\$ 430.000	\$ 60.000	\$ 130.000
Caja registradora	1	\$ 395.700	\$ 395.700	\$ 29.140	\$ 250.000
Datafono	1	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 8.000	\$ 80.000
<b>TOTALES</b>			<b>\$ 2.805.500</b>	<b>\$ 364.100</b>	<b>\$ 985.000</b>

#### 5.1.1.2. Equipo De Computación Y Comunicación.

**Tabla 411.**

*Equipo de computación y comunicación*

ACTIVO	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Computador	2	\$ 1.495.000	\$ 2.990.000	\$ 486.000	\$ 560.000
Impresora	2	\$ 398.000	\$ 796.000	\$ 135.200	\$ 120.000
Teléfono celular	2	\$ 586.900	\$ 1.173.800	\$ 190.760	\$ 220.000
Cámara GoPro	1	\$ 2.319.000	\$ 2.319.000	\$ 223.800	\$ 1.200.000
<b>TOTALES</b>			\$ 7.278.800	\$ 1.035.760	\$ 2.100.000

### 5.1.1.3. Maquinaria Y Equipo.

Tabla 422.

*Maquinaria y equipo*

ACTIVO	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Plancha industrial	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 310.000	\$ 450.000
Freidora a gas	1	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 110.000	\$ 250.000
Vitrina vertical mixta SWAN	1	\$ 3.600.000	\$ 3.600.000	\$ 280.000	\$ 2.200.000
Campana extractora	1	\$ 3.600.000	\$ 3.600.000	\$ 280.000	\$ 2.200.000
Mesa refrigerada	1	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000	\$ 500.000	\$ 5.500.000
Congelador SWAN	1	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000	\$ 160.000	\$ 600.000
Empacadora al vacio	1	\$ 4.100.000	\$ 4.100.000	\$ 220.000	\$ 3.000.000
Licuadaora	1	\$ 1.180.000	\$ 1.180.000	\$ 146.000	\$ 450.000
Estufa de 6 puestos	1	\$ 3.200.000	\$ 3.200.000	\$ 300.000	\$ 1.700.000
Sarten industrial	1	\$ 305.990	\$ 305.990	\$ 41.198	\$ 100.000
Ollas industriales	2	\$ 2.004.650	\$ 4.009.300	\$ 681.860	\$ 600.000
Calderos industriales	2	\$ 365.000	\$ 730.000	\$ 126.000	\$ 100.000
Tazones mezcladores	1	\$ 359.860	\$ 359.860	\$ 57.972	\$ 70.000
Lavaplatos	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 310.000	\$ 450.000
Trampa para grasa	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 90.000	\$ 550.000
<b>TOTALES</b>			\$ 36.285.150	\$ 3.613.030	\$ 18.220.000

**5.1.1.4. Terreno.** Para la instalación del restaurante se habilita un terreno de 140 metros cuadrados, propiedad de uno de los socios fundadores.

**5.1.1.5. Construcciones Y Edificaciones.** No se realiza inversión en construcciones y edificaciones.

**5.1.1.6. Muebles Y Enseres Operativos O De Producción.**

**Tabla 433.**

*Muebles y enseres operativos de producción*

<b>ACTIVO</b>	<b>CANT</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>VALOR DE SALVAMENTO</b>
<b>Escurreidor</b>	3	\$ 60.000	\$ 180.000	\$ 33.000	\$ 15.000
<b>Estante metálico</b>	2	\$ 250.000	\$ 500.000	\$ 60.000	\$ 200.000
<b>Azafates</b>	8	\$ 104.360	\$ 834.880	\$ 156.176	\$ 54.000
<b>Termómetro infrarrojo</b>	1	\$ 543.990	\$ 543.990	\$ 52.798	\$ 280.000
<b>Coladores</b>	1	\$ 352.310	\$ 352.310	\$ 70.462	\$ 0
<b>Bandejas</b>	5	\$ 35.000	\$ 175.000	\$ 31.000	\$ 20.000
<b>Cazuelas para sopa</b>	80	\$ 12.000	\$ 960.000	\$ 190.400	\$ 8.000
<b>Platos</b>	80	\$ 14.900	\$ 1.192.000	\$ 142.400	\$ 480.000
<b>Vasos</b>	13	\$ 24.000	\$ 312.000	\$ 60.400	\$ 10.000
<b>Jarras</b>	15	\$ 39.900	\$ 598.500	\$ 117.300	\$ 12.000
<b>Sets cubiertos para comedor</b>	20	\$ 134.900	\$ 2.698.000	\$ 534.600	\$ 25.000
<b>Manteles</b>	15	\$ 69.900	\$ 1.048.500	\$ 209.700	\$ 0
<b>Salseros</b>	30	\$ 3.180	\$ 95.400	\$ 18.880	\$ 1.000
<b>Tablas para picar</b>	6	\$ 230.000	\$ 1.380.000	\$ 276.000	\$ 0
<b>Cepillos para tablas</b>	3	\$ 27.900	\$ 83.700	\$ 16.740	\$ 0
<b>Utensilios</b>	1	\$ 968.230	\$ 968.230	\$ 193.646	\$ 0
<b>Caneca</b>	2	\$ 101.300	\$ 202.600	\$ 40.520	\$ 0

ACTIVO	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Comedor	13	\$ 479.900	\$ 6.238.700	\$ 1.207.740	\$ 200.000
Mesón en acero	1	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 60.000	\$ 400.000
<b>TOTALES</b>			\$ 19.165.110	\$ 3.492.022	\$ 1.705.000

### 5.1.1.7. Herramientas, Accesorios Y Repuestos.

Tabla 444.

*Herramientas, accesorios y repuestos*

ACTIVO	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Kit de herramientas	1	\$ 235.900	\$ 235.900	\$ 13.180	\$ 170.000
Soporte para tablas	1	\$ 145.920	\$ 145.920	\$ 9.184	\$ 100.000
Kit de señalización	1	\$ 105.000	\$ 105.000	\$ 13.000	\$ 40.000
Barra magnética	1	\$ 138.670	\$ 138.670	\$ 21.734	\$ 30.000
Papel impresor	1	\$ 38.900	\$ 38.900	\$ 7.780	\$ 0
Bolsas herméticas	1	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 30.000	\$ 0
Pechera GoPro	1	\$ 48.000	\$ 48.000	\$ 3.600	\$ 30.000
Lámpara	1	\$ 95.900	\$ 95.900	\$ 9.180	\$ 50.000
Micrófono solapa	2	\$ 149.900	\$ 299.800	\$ 43.960	\$ 80.000
Balanza digital	2	\$ 562.000	\$ 1.124.000	\$ 164.800	\$ 300.000
<b>TOTALES</b>			\$ 2.382.090	\$ 316.418	\$ 800.000

### 5.1.2. Inversión Diferida

Tabla 455.

*Inversión diferida*

CONCEPTO	VALOR
Estudio de Factibilidad	\$ 1.500.000
Licencia de funcionamiento	\$ 124.100
Registro sanitario	\$ 650.000
Escritura de Constitución	\$ 53.000

CONCEPTO	VALOR
Registro de libros y documentos	\$ 81.600
Diseño del SG-SST	\$ 1.500.000
Otro software	\$ 720.000
Adecuaciones-Remodelaciones	\$ 24.000.000
Publicidad Lanzamiento	\$ 1.185.000
Diseño de identidad corporativa	\$ 650.000
Diseño del sitio web o tienda virtual	\$ 500.000
Registro de marca	\$ 180.000
<b>TOTAL, INVERSIÓN DIFERIDA</b>	<b>\$ 31.143.700</b>

## 5.2 Costos Y Gastos

### 5.2.1. Costos De Producción O Costos De Prestación Del Servicio O Costos De Comercialización.

Tabla 466.

*Prorratio entre costos y gastos*

RUBRO	PORCENTAJE COSTO	PORCENTAJE GAV	VALOR MES
Arriendo	50%	50%	\$ 0
Acueducto	90%	10%	\$ 450.000
Energía	50%	50%	\$ 550.000
Gas	100%	0%	\$ 650.000
Teléfono	0%	100%	\$ 120.000
Depreciación Construcciones y edificaciones	5%	95%	\$ 0
Mitigación impacto ambiental	80%	20%	\$ 166.666
Internet	15%	85%	\$ 150.000
Seguros	80%	20%	\$ 231.099

#### 5.2.1.1 Costos Fijos.

Tabla 47.

*Costos fijos*

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
Arriendo	\$ 0	\$ 0
Seguros	\$ 184.879	\$ 2.218.550

<b>Teléfono</b>	\$ 0	\$ 0
<b>Internet</b>	\$ 22.500	\$ 270.000
<b>Mitigación impacto ambiental</b>	\$ 133.333	\$ 1.599.994
<b>Depreciación operativa</b>	\$ 618.456	\$ 7.421.470
<b>TOTALES</b>	\$ 959.168	\$ 11.510.014

### 5.2.1.2 Costos Variables.

**Tabla 48.**

*Costos variables*

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR MES</b>	<b>VALOR AÑO</b>
<b>MOD</b>	\$ 6.880.257	\$ 82.563.088
<b>Materiales directos</b>	\$ 119.532.105	\$ 1.434.385.260
<b>Materiales indirectos</b>	\$ 12.455.289	\$ 149.463.468
<b>Acueducto</b>	\$ 405.000	\$ 4.860.000
<b>Energía</b>	\$ 275.000	\$ 3.300.000
<b>Gas</b>	\$ 650.000	\$ 7.800.000
<b>TOTALES</b>	\$ 140.197.651	\$ 1.682.371.816

### 5.2.1.2.1. Materias Primas.

**Tabla 47.**

*Materias primas*

<b>MATERIAL</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD AÑO 1</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
<b>Gallina</b>	Gramos	22.453.200	\$ 45	\$ 1.010.394.000
<b>Yuca</b>	Gramos	3.742.200	\$ 7	\$ 26.195.400
<b>Plátano</b>	Gramos	3.742.200	\$ 5	\$ 18.711.000
<b>Papa</b>	Gramos	6.735.960	\$ 5	\$ 33.679.800
<b>Mazorca</b>	Gramos	6.735.960	\$ 15	\$ 101.039.400
<b>Tomate</b>	Gramos	7.484.400	\$ 8	\$ 59.875.200
<b>Cebolla larga</b>	Gramos	2.245.320	\$ 13	\$ 29.189.160
<b>Ajo</b>	Gramos	1.496.880	\$ 11	\$ 16.465.680
<b>Cilantro</b>	Gramos	748.440	\$ 10	\$ 7.484.400
<b>Sal</b>	Gramos	374.220	\$ 3	\$ 1.122.660
<b>Achiote</b>	Gramos	224.532	\$ 60	\$ 13.471.920
<b>Arroz crudo</b>	Gramos	7.484.400	\$ 5	\$ 37.422.000
<b>Lechuga</b>	Gramos	2.245.320	\$ 6	\$ 13.471.920

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Zanahoria	Gramos	1.496.880	\$ 7	\$ 10.478.160
Cebolla cabezona	Gramos	1.496.880	\$ 7	\$ 10.478.160
Aguacate	Gramos	1.496.880	\$ 15	\$ 22.453.200
Panela	Gramos	2.245.320	\$ 10	\$ 22.453.200
<b>COSTO TOTAL INSUMOS O MATERIA PRIMA</b>				<b>\$ 1.434.385.260</b>

#### 5.2.1.2.2. Mano De Obra Directa.

**Tabla 50.**

*Mano de obra directa*

Cargo	N.º de puestos	Valor Mensual	Valor Anual
Cocinero/a	2	\$ 3.440.129	\$ 41.281.548
<b>Total</b>		<b>\$ 6.880.258</b>	<b>\$ 82.563.088</b>

#### 5.2.1.2.3. Materias Indirectas.

**Tabla 51.**

*Materiales indirectos*

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Vinagre	mililitros	1.871.100	\$ 4	\$ 7.484.400
Agua	Litros	149.688	\$ 1	\$ 149.688
Mix de condimentos	gramos	2.619.540	\$ 35	\$ 91.683.900
Aceite	mililitros	2.993.760	\$ 8	\$ 23.950.080
Tarjeta informativa de 7 x 10 cm	unidades	74.844	\$ 350	\$ 26.195.400
<b>COSTO TOTAL MATERIALES INDIRECTOS</b>				<b>\$ 149.463.468</b>

**5.2.1.3 Costos Totales.****Tabla 482.***Costos totales*

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR MES</b>	<b>VALOR AÑO</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>	\$ 959.168	\$ 11.510.014
<b>COSTOS VARIABLES</b>	\$ 140.197.651	\$ 1.682.371.816
<b>TOTALES</b>	\$ 141.156.819	\$ 1.693.881.830

**5.2.2 Gastos Totales De Administración Y Ventas****Tabla 493.***Gastos de administración y ventas*

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
<b>Gastos fijos</b>	\$ 7.255.890	\$ 87.070.680
<b>Gastos variables</b>	\$ 12.588.529	\$ 151.062.347
<b>Total</b>	\$ 19.844.419	\$ 238.133.027

**5.2.2.1 Gastos Fijos De Administración Y Ventas.****Tabla 504.***Gastos fijos de administración y ventas*

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
<b>Nómina administrativa</b>	\$ 5.008.454	\$ 60.101.444
<b>Arriendo</b>	\$ 0	\$ 0
<b>Acueducto</b>	\$ 45.000	\$ 540.000
<b>Energía</b>	\$ 275.000	\$ 3.300.000
<b>Teléfono</b>	\$ 120.000	\$ 1.440.000
<b>Internet</b>	\$ 127.500	\$ 1.530.000
<b>Mantenimiento del sitio web o tienda virtual</b>	\$ 25.000	\$ 300.000

Seguros	\$ 46.220	\$ 554.638
Publicidad operativa	\$ 350.000	\$ 4.200.000
Contador	\$ 500.000	\$ 6.000.000
Papelería	\$ 30.000	\$ 360.000
Cafetería	\$ 50.000	\$ 600.000
Mitigación impacto ambiental	\$ 33.333	\$ 399.998
Matrícula mercantil	\$ 9.667	\$ 116.000
Amortización de diferidos	\$ 519.062	\$ 6.228.740
Depreciaciones administrativas	\$ 116.655	\$ 1.399.860
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 7.255.890</b>	<b>\$ 87.070.680</b>

#### 5.2.2.1.1. Nomina Administrativa.

**Tabla 515.**

*Costo nómina administrativa*

Cargo	N.º de puestos	Valor mensual	Valor Anual
Gerente	1	\$ 5.008.454	\$ 60.101.444
<b>Total</b>			<b>\$ 60.101.444</b>

#### 5.2.2.2. Gastos Variables De Administración Y Ventas.

**Tabla 526.**

*Gastos variables de administración y ventas*

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Nómina de ventas	\$ 12.588.530	\$ 151.062.347

#### 5.2.2.2.1. Nómina De Ventas.

**Tabla 53.**

*Costo nómina de ventas*

<b>Cargo</b>	<b>N.º de puestos</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
<b>Community Manager</b>	1	\$ 3.440.129	\$ 41.281.544
<b>Mesero/a</b>	2	\$ 6.098.934	\$ 73.187.202
<b>Cajero/a</b>	1	\$ 3.049.467	\$ 36.593.601
<b>Total</b>		<b>\$ 12.588.530</b>	<b>\$ 151.062.347</b>

**5.3. Capital De Trabajo**

El capital de trabajo corresponde a los recursos financieros necesarios para garantizar la operación continua del restaurante de comida típica colombiana, cubriendo los costos y gastos de producción, administración y ventas durante el ciclo operativo. Su función principal es asegurar la liquidez del negocio para cumplir con las obligaciones a corto plazo y mantener un flujo de caja estable.

Dado que el modelo de negocio se basa principalmente en la venta diaria de alimentos preparados, los insumos e ingredientes presentan una alta rotación de inventario, lo que permite retener utilidades y de la misma forma reinvertirlas. Este ciclo de reposición constante genera mayor flexibilidad financiera y reduce el riesgo de iliquidez, ya que el capital de trabajo no permanece inmovilizado por largos periodos.

**5.3.1. Periodo De Capital De Trabajo**

Para Antepasados S.A.S., se proyecta un período semestral (6 meses), tiempo estimado para consolidar la estabilidad financiera, fidelizar clientes y alcanzar un flujo de caja positivo.

**5.3.2. Estructura De Crédito****Tabla 54.***Estructura de crédito*

<b>Préstamo</b>	<b>\$ 150.000.000</b>	<b>Interés mensual</b>	<b>1,78%</b>
<b>Periodo</b>	60	Valor cuota mensual	4.088.439

**5.3.2.1. Amortización Del Crédito.****Tabla 55.***Amortización del crédito*

<b>Periodo</b>	<b>Capital</b>	<b>Intereses</b>	<b>Saldo</b>
<b>Año 0</b>			\$ 150.000.000
<b>Año 1</b>	\$ 18.790.597	\$ 30.270.671	\$ 131.209.403
<b>Año 2</b>	\$ 23.221.482	\$ 25.839.786	\$ 107.987.921
<b>Año 3</b>	\$ 28.697.185	\$ 20.364.083	\$ 79.290.736
<b>Año 4</b>	\$ 35.464.077	\$ 13.597.191	\$ 43.826.659
<b>Año 5</b>	\$ 43.826.623	\$ 5.234.645	\$ 0
	\$ 150.000.000		

**5.3.3. Cuadro Resumen Del Capital De Trabajo****Tabla 560.***Inversión del capital de trabajo para el periodo semestral*

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
<b>Costos totales de producción</b>	\$ 846.940.915

<b>Gastos de administración y ventas</b>	\$ 119.066.513
<b>Gastos financieros</b>	\$ 15.632.167
<b>Menos Depreciaciones</b>	-\$ 4.410.665
<b>Menos Amortización diferidos</b>	-\$ 3.114.370
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	\$ 974.114.560

#### 5.4. Inversión Total

Tabla 571.

##### *Inversión total*

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
<b>Inversión fija</b>	\$ 67.916.650
<b>Inversión diferida</b>	\$ 31.143.700
<b>Inversión capital de trabajo</b>	\$ 974.114.560
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	\$ 1.073.174.910

#### 5.5. Estructura De Capital.

Tabla 582.

##### *Estructura de capital*

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Socios fundadores</b>	\$ 923.174.910	86,02%
<b>Nuevos socios</b>	\$ 0	0,00%
<b>Crédito bancario</b>	\$ 150.000.000	13,98%
<b>TOTAL</b>	\$ 1.073.174.910	100,00%

##### 5.5.1 Recursos Propios.

Los recursos propios destinados a la apertura de los socios fundadores serán de \$100.000.000 y para el funcionamiento de los seis primeros meses, el excedente que se muestra en la tabla 63 de \$823.174.910 será de utilidades retenidas e invertidas durante este periodo.

**5.5.2 Recursos De Financiación.**

Se solicita un préstamo de \$150.000.000 a una entidad bancaria a interés del 1,78% mensual.

**5.6. Precio De Venta****Tabla 593.***Precio de venta*

<b>Costos totales de producción</b>	\$ 1.693.881.830
<b>Gastos de administración y ventas totales</b>	\$ 238.133.027
<b>Costos y gastos totales</b>	\$ 1.932.014.857
<b>Capacidad utilizada año 1</b>	74.844
<b>Costos y gastos totales unitarios</b>	\$ 25.814
<b>Margen de utilidad</b>	25%
<b>Precio de venta</b>	\$ 34.419
<b>Margen para el intermediario</b>	0%
<b>Precio al intermediario antes de IVA</b>	\$ 34.419
<b>Tasa de IVA o Imp consumo</b>	8%
<b>Precio al consumidor</b>	\$ 37.412

**5.7. Estados Financieros Proyectados****5.7.1 Estado De Resultados Proyectado.****Tabla 604.***Estado de resultados proyectado*

**5.7.2. Flujo De Fondos Proyectado.**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos operacionales	\$ 2.576.055.636	\$ 2.760.059.610	\$ 2.944.063.584	\$ 3.128.067.558	\$ 3.312.071.532
Ingresos no operacionales	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 2.576.055.636</b>	<b>\$ 2.760.059.610</b>	<b>\$ 2.944.063.584</b>	<b>\$ 3.128.067.558</b>	<b>\$ 3.312.071.532</b>
<b>MENOS COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>					
Materiales	\$ 1.434.385.260	\$ 1.536.841.350	\$ 1.639.297.440	\$ 1.741.753.530	\$ 1.844.209.620
MOD	\$ 82.563.088	\$ 82.563.088	\$ 82.563.088	\$ 82.563.088	\$ 82.563.088
CIF	\$ 176.933.482	\$ 188.749.444	\$ 200.565.406	\$ 212.381.368	\$ 224.197.330
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 882.173.806</b>	<b>\$ 951.905.728</b>	<b>\$ 1.021.637.650</b>	<b>\$ 1.091.369.572</b>	<b>\$ 1.161.101.494</b>
<b>MENOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>					
Nómina administrativa	\$ 60.101.444	\$ 60.101.444	\$ 60.101.444	\$ 60.101.444	\$ 60.101.444
Gastos generales	\$ 178.031.583	\$ 188.821.751	\$ 199.611.918	\$ 210.402.086	\$ 221.192.254
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 644.040.779</b>	<b>\$ 702.982.533</b>	<b>\$ 761.924.288</b>	<b>\$ 820.866.042</b>	<b>\$ 879.807.796</b>
Menos gastos financieros (Intereses)	-\$ 30.270.671	-\$ 25.839.786	-\$ 20.364.083	-\$ 13.597.191	-\$ 5.234.645
Menos 4x1000	-\$ 10.304.223	-\$ 11.040.238	-\$ 11.776.254	-\$ 12.512.270	-\$ 13.248.286
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 603.465.885</b>	<b>\$ 666.102.509</b>	<b>\$ 729.783.950</b>	<b>\$ 794.756.581</b>	<b>\$ 861.324.865</b>
Menos Impuesto de Renta	-\$ 211.213.060	-\$ 233.135.878	-\$ 255.424.383	-\$ 278.164.803	-\$ 301.463.703
Menos Impuesto de Ind y Cio	-\$ 206.084.451	-\$ 220.804.769	-\$ 235.525.087	-\$ 250.245.405	-\$ 264.965.723
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 186.168.375</b>	<b>\$ 212.161.862</b>	<b>\$ 238.834.481</b>	<b>\$ 266.346.373</b>	<b>\$ 294.895.440</b>
Menos Reserva Legal	-\$ 18.616.837	-\$ 21.216.186	-\$ 23.883.448	-\$ 26.634.637	-\$ 29.489.544
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 167.551.537</b>	<b>\$ 190.945.676</b>	<b>\$ 214.951.033</b>	<b>\$ 239.711.736</b>	<b>\$ 265.405.896</b>

**Tabla 615.***Flujo de fondos proyectado*

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Saldo de caja anterior</b>	\$ 0	\$ 974.114.560	\$ 1.573.839.919	\$ 1.814.473.505	\$ 2.076.669.694	\$ 2.360.062.798
<b>Flujos de efectivo de actividad de operación</b>						
<b>+INGRESOS</b>		\$ 2.576.055.636	\$ 2.760.059.610	\$ 2.944.063.584	\$ 3.128.067.558	\$ 3.312.071.532
<b>Operacionales</b>		\$ 2.576.055.636	\$ 2.760.059.610	\$ 2.944.063.584	\$ 3.128.067.558	\$ 3.312.071.532
<b>Ingresos no operacionales</b>		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>- EGRESOS</b>		-\$ 1.927.269.010	-\$ 2.458.295.438	-\$ 2.619.484.077	-\$ 2.781.017.506	-\$ 2.942.977.028
<b>Materiales</b>		\$ 1.434.385.260	\$ 1.536.841.350	\$ 1.639.297.440	\$ 1.741.753.530	\$ 1.844.209.620
<b>MOD</b>		\$ 82.563.088	\$ 82.563.088	\$ 82.563.088	\$ 82.563.088	\$ 82.563.088
<b>CIF</b>		\$ 176.933.482	\$ 188.749.444	\$ 200.565.406	\$ 212.381.368	\$ 224.197.330
<b>Nómina administrativa</b>		\$ 60.101.444	\$ 60.101.444	\$ 60.101.444	\$ 60.101.444	\$ 60.101.444
<b>Gastos generales</b>		\$ 178.031.583	\$ 188.821.751	\$ 199.611.918	\$ 210.402.086	\$ 221.192.254
<b>Menos depreciaciones</b>		-\$ 8.821.330	-\$ 8.821.330	-\$ 8.821.330	-\$ 8.821.330	-\$ 8.821.330
<b>Menos amortizaciones</b>		-\$ 6.228.740	-\$ 6.228.740	-\$ 6.228.740	-\$ 6.228.740	-\$ 6.228.740
<b>Impuesto de renta</b>	\$ 0	\$ 211.213.060	\$ 233.135.878	\$ 255.424.383	\$ 278.164.803	
<b>Impuesto de Ind y Cio</b>	\$ 0	\$ 206.084.451	\$ 220.804.769	\$ 235.525.087	\$ 250.245.405	
<b>4 x 1000</b>	\$ 10.304.223	\$ 11.040.238	\$ 11.776.254	\$ 12.512.270	\$ 13.248.286	
<b>FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE OPERACIÓN</b>		<b>\$ 648.786.626</b>	<b>\$ 289.694.854</b>	<b>\$ 311.257.456</b>	<b>\$ 332.454.373</b>	<b>\$ 353.199.372</b>

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Flujos efectivo actividades inversión</b>		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>+INGRESOS</b>	\$ 923.174.910	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 23.810.000
<b>Capital social</b>	\$ 923.174.910					
<b>Valor de salvamento</b>						\$ 23.810.000
<b>-EGRESOS</b>	-\$ 99.060.350	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>Compra de Equipo de oficina</b>	\$ 2.805.500					
<b>Compra de Equipo de computación y comunicación</b>	\$ 7.278.800					
<b>Compra de Maquinaria y equipo</b>	\$ 36.285.150					
<b>Compra de Terreno</b>	\$ 0					
<b>Compra de Construcciones y edificaciones</b>	\$ 0					
<b>Compra de Muebles y enseres</b>	\$ 19.165.110					
<b>Compra de Materiales, repuestos y accesorios</b>	\$ 2.382.090					
<b>Compra de Inventario de materia prima</b>	\$ 0					
<b>Inversión activos diferidos</b>	\$ 31.143.700					
<b>FLUJOS NETOS DE EFECTIVO ACTIVIDADES INVERSIÓN</b>	<b>\$ 824.114.560</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 23.810.000</b>
<b>Flujos de efectivo de actividad de financiación</b>						
<b>+INGRESOS</b>	\$ 150.000.000					
<b>Préstamo bancario</b>	\$ 150.000.000					
<b>-EGRESOS</b>		-\$ 49.061.268	-\$ 49.061.268	-\$ 49.061.268	-\$ 49.061.268	-\$ 49.061.268
<b>Abono a capital</b>		\$ 18.790.597	\$ 23.221.482	\$ 28.697.185	\$ 35.464.077	\$ 43.826.623
<b>Gastos financieros</b>		\$ 30.270.671	\$ 25.839.786	\$ 20.364.083	\$ 13.597.191	\$ 5.234.645
<b>FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE FINANCIACIÓN</b>	<b>\$ 150.000.000</b>	<b>-\$ 49.061.268</b>	<b>-\$ 49.061.268</b>	<b>-\$ 49.061.268</b>	<b>-\$ 49.061.268</b>	<b>-\$ 49.061.268</b>
<b>FLUJO DE EFECTIVO NETO (AUMENTO O DISMINUCIÓN)</b>	<b>\$ 974.114.560</b>	<b>\$ 599.725.358</b>	<b>\$ 240.633.586</b>	<b>\$ 262.196.188</b>	<b>\$ 283.393.105</b>	<b>\$ 327.948.104</b>

### 5.7.3 Estado De Situación Financiera Inicial Y Proyectado

**Tabla 626.**

*Estado de situación financiera inicial y proyectado*

CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO</b>						
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>						
Fondos en caja	\$ 0					
Fondos en bancos	\$ 974.114.560	\$ 1.573.839.919	\$ 1.814.473.505	\$ 2.076.669.694	\$ 2.360.062.798	\$ 2.664.200.903
Mercancías no fabricadas por la empresa	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	\$ 974.114.560	\$ 1.573.839.919	\$ 1.814.473.505	\$ 2.076.669.694	\$ 2.360.062.798	\$ 2.664.200.903
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
Equipo de oficina	\$ 2.805.500	\$ 2.805.500	\$ 2.805.500	\$ 2.805.500	\$ 2.805.500	\$ 2.805.500
Equipo de computación y comunicación	\$ 7.278.800	\$ 7.278.800	\$ 7.278.800	\$ 7.278.800	\$ 7.278.800	\$ 7.278.800
Maquinaria y equipo	\$ 36.285.150	\$ 36.285.150	\$ 36.285.150	\$ 36.285.150	\$ 36.285.150	\$ 36.285.150
Muebles y enseres	\$ 19.165.110	\$ 19.165.110	\$ 19.165.110	\$ 19.165.110	\$ 19.165.110	\$ 19.165.110
Materiales, repuestos y accesorios	\$ 2.382.090	\$ 2.382.090	\$ 2.382.090	\$ 2.382.090	\$ 2.382.090	\$ 2.382.090
Menos depreciación acumulada	\$ 0	-\$ 8.821.330	-\$ 17.642.660	-\$ 26.463.990	-\$ 35.285.320	-\$ 44.106.650
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	\$ 67.916.650	\$ 59.095.320	\$ 50.273.990	\$ 41.452.660	\$ 32.631.330	\$ 23.810.000
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	\$ 31.143.700	\$ 31.143.700	\$ 31.143.700	\$ 31.143.700	\$ 31.143.700	\$ 31.143.700
Menos amortización acumulada	\$ 0	-\$ 6.228.740	-\$ 12.457.480	-\$ 18.686.220	-\$ 24.914.960	-\$ 31.143.700
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	\$ 31.143.700	\$ 24.914.960	\$ 18.686.220	\$ 12.457.480	\$ 6.228.740	\$ 0
<b>ACTIVOS TOTALES</b>	\$ 1.073.174.910	\$ 1.657.850.199	\$ 1.883.433.715	\$ 2.130.579.834	\$ 2.398.922.868	\$ 2.688.010.903
<b>PASIVO</b>						
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>						
Obligaciones financieras corto plazo	\$ 18.790.597	\$ 23.221.482	\$ 28.697.185	\$ 35.464.077	\$ 43.826.623	\$ 0
Impuestos de renta y complementarios	\$ 0	\$ 211.213.060	\$ 233.135.878	\$ 255.424.383	\$ 278.164.803	\$ 301.463.703
Impuesto de Industria y Comercio	\$ 0	\$ 206.084.451	\$ 220.804.769	\$ 235.525.087	\$ 250.245.405	\$ 264.965.723
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	\$ 18.790.597	\$ 440.518.993	\$ 482.637.832	\$ 526.413.546	\$ 572.236.831	\$ 566.429.425
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>						
Obligaciones financieras largo plazo	\$ 131.209.403	\$ 107.987.921	\$ 79.290.736	\$ 43.826.659	\$ 0	\$ 0
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	\$ 131.209.403	\$ 107.987.921	\$ 79.290.736	\$ 43.826.659	\$ 0	\$ 0
<b>PASIVOS TOTALES</b>	\$ 150.000.000	\$ 548.506.914	\$ 561.928.568	\$ 570.240.205	\$ 572.236.831	\$ 566.429.425
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital social	\$ 923.174.910	\$ 923.174.910	\$ 923.174.910	\$ 923.174.910	\$ 923.174.910	\$ 923.174.910
Reserva legal acumulada	\$ 0	\$ 18.616.837	\$ 39.833.024	\$ 63.716.472	\$ 90.351.109	\$ 119.840.653
Utilidad del ejercicio	\$ 0	\$ 167.551.537	\$ 190.945.676	\$ 214.951.033	\$ 239.711.736	\$ 265.405.896
Utilidades o excedentes acumulados	\$ 0	\$ 0	\$ 167.551.537	\$ 358.497.213	\$ 573.448.246	\$ 813.159.982

CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>PATRIMONIO TOTAL</b>	\$ 923.174.910	\$ 1.109.343.285	\$ 1.321.505.147	\$ 1.560.339.628	\$ 1.826.686.001	\$ 2.121.581.441
<b>TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO</b>	\$ 1.073.174.910	\$ 1.657.850.199	\$ 1.883.433.715	\$ 2.130.579.834	\$ 2.398.922.832	\$ 2.688.010.867

## 5.8. Evaluación Financiera

### 5.8.1 Razones Financieras.

#### 5.8.1.1 Razones De Liquidez.

*Tabla 663.*

#### *Razones de liquidez*

RAZONES DE LIQUIDEZ	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Razón corriente</b>	No veces	3,57	3,76	3,94	4,12	4,70
<b>Prueba ácida**</b>	No veces	3,57	3,76	3,94	4,12	4,70
<b>Capital de trabajo neto</b>	unidades \$\$	\$ 1.133.320.926	\$ 1.331.835.673	\$ 1.550.256.147	\$ 1.787.825.967	\$ 2.097.771.477

Las razones de liquidez proyectadas para el restaurante muestran el comportamiento financiero estimado, el negocio tendría una posición sólida desde el inicio y con tendencia a fortalecerse a lo largo de los cinco años analizados. La razón corriente, que pasa de 3,57 a 4,70. Indica que en las proyecciones el restaurante contaría con activos corrientes suficientes para cubrir sus compromisos operativos habituales, como pagos a proveedores, servicios públicos y nómina, incluso en escenarios de variación en la demanda.

La prueba ácida presenta exactamente los mismos valores, lo que sugiere que el modelo financiero proyectado contempla un manejo eficiente de inventarios, con compras ajustadas al

volumen esperado de producción y una estructura de insumos perecederos que no compromete la liquidez.

A su vez, el capital de trabajo neto aumenta de \$1.133.320.926 millones a \$2.097.771.477 millones, evidenciando que el flujo operativo proyectado generaría recursos suficientes para sostener el ciclo productivo del restaurante, garantizando disponibilidad de materias primas, mantenimiento de equipos, reposición de utensilios y capacidad de respuesta ante contingencias.

En conjunto, estos indicadores reflejan que el proyecto, se ha modelado como una operación financieramente solvente y estable; sin embargo, los niveles de liquidez proyectados podrían ser superiores a lo necesario, lo cual abre la puerta a replantear parte de estos recursos hacia estrategias de inversión que aumenten la rentabilidad esperada, como marketing, mejora de equipamiento, fortalecimiento de la propuesta gastronómica o expansión vertical u horizontal.

### 5.8.1.2 Razones De Operación.

**Tabla 64.**

*Razones de operación*

RAZONES DE OPERACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rotación activo corriente	No veces	1,64	1,52	1,42	1,33	1,24
Rotación activo fijo	No veces	43,59	54,90	71,02	95,86	139,10
Rotación activo total	No veces	1,55	1,47	1,38	1,30	1,23

Las razones de operación proyectadas permiten analizar la eficiencia con la que el restaurante utilizaría sus recursos para generar ventas durante los primeros cinco años.

La rotación del activo corriente muestra una tendencia descendente, principalmente por la acumulación de liquidez y otros activos de corto plazo, lo que aumenta la capacidad de respuesta

del negocio, pero reduce la eficiencia medida desde la perspectiva del aprovechamiento de los recursos disponibles.

La rotación del activo fijo aumenta significativamente en los primeros cuatro años y presenta un valor atípico en el año 5, lo cual sugiere que el volumen de ventas proyectado crece en mayor proporción que la inversión en equipos de cocina, mobiliario y maquinaria, haciendo que estos activos sean altamente productivos en el modelo financiero.

Por último, la rotación del activo total disminuye de 1,64 a 1,24. Señalando que el crecimiento de la estructura de activos es mayor que el ritmo de expansión de las ventas, lo que es común en etapas tempranas de proyectos gastronómicos donde se consolidan inventarios, equipos y capital de trabajo.

### 5.8.1.3 Razones De Rentabilidad.

**Tabla 65.**

*Razones de rentabilidad*

RAZONES RENTABILIDAD	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Margen bruto utilidad</b>	%	34,25%	34,49%	34,70%	34,89%	35,06%
<b>Margen utilidad neta</b>	%	7,23%	7,69%	8,11%	8,51%	8,90%
<b>Rendimientos activos</b>	%	11,23%	11,26%	11,21%	11,10%	10,97%

Las razones de rentabilidad proyectadas muestran un desempeño financiero positivo y coherente con una operación gastronómica bien administrada. El margen bruto aumenta de 34,25 % a 35,06 % a lo largo de los cinco años, reflejando un control adecuado del costo de alimentos, una gestión eficiente de insumos perecederos y una estructura de costos directos que permite mantener la rentabilidad incluso con cambios en los precios del mercado.

El margen neto también presenta una tendencia creciente, pasando de 7,23 % a 8,90 %. Lo que evidencia mejoras progresivas en la gestión del gasto operativo, en la eficiencia administrativa y en la capacidad del negocio para convertir las ventas en utilidades reales, optimizando rubros como nómina, servicios públicos y gastos indirectos de cocina.

Por otra parte, el rendimiento sobre los activos disminuye de 11,23 % a 10,97 %. Un comportamiento esperado debido a la acumulación de liquidez.

#### 5.8.1.4 Razones De Endeudamiento.

**Tabla 66.**

*Razones de endeudamiento*

RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Endeudamiento total	%	33,09%	29,84%	26,76%	23,85%	21,07%
Cobertura intereses	No veces	21,28	27,21	37,42	60,37	168,07
Índice participación patrimonial	%	66,91%	70,16%	73,24%	76,15%	78,93%

Las razones de endeudamiento proyectadas muestran una estructura financiera cada vez más sólida y con menor dependencia del financiamiento externo.

El nivel de endeudamiento total disminuye progresivamente de 33,09 % en el año 1 a 21,07% en el año 5, lo que indica que la operación generaría suficientes recursos propios para cubrir obligaciones y reducir la proporción de pasivos dentro de la estructura financiera.

La cobertura de intereses aumenta de 21,28 a 168,07 veces, reflejando una capacidad ampliamente holgada para responder a los compromisos financieros, ya que las utilidades operativas proyectadas superan por un amplio margen los intereses a pagar.

Por su parte, el índice de participación patrimonial crece de 66,91 % a 78,93%, evidenciando un fortalecimiento progresivo del patrimonio del negocio y una estructura cada vez más apalancada en recursos propios.

En conjunto, estos indicadores proyectan una empresa con alta solvencia, bajo riesgo financiero y capacidad suficiente para afrontar nuevas inversiones o contingencias sin comprometer su estabilidad económica.

### 5.8.2 Indicadores De Viabilidad.

**Tabla 671.**

#### *Indicadores de viabilidad*

Prima de riesgo al riesgo	25%
Inflación	7%
TMAR recursos propios	33,75%
Recursos crédito	23,58%
TMAR Banco	32,23%
Porcentaje aportación recursos propios	86,02%
Porcentaje aportación Banco	13,98%
TMAR MIXTA	33,54%
TMAR MIXTA DEFLACTADA	27,00%

**Tabla 682.**

#### *Flujo de efectivo*

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>FLUJO DE EFECTIVO NETO</b>	-\$ 923.174.910	\$ 599.725.358	\$ 240.633.586	\$ 262.196.188	\$ 283.393.105	\$ 327.948.104
<b>VNA</b>	-\$ 923.174.910	\$ 449.105.720	\$ 134.942.450	\$ 110.106.991	\$ 89.119.753	\$ 77.229.993

<b>VALOR RECUPERADO</b>	<b>\$ 449.105.720</b>	<b>\$ 584.048.170</b>	<b>\$ 694.155.161</b>	<b>\$ 783.274.914</b>	<b>\$ 860.504.907</b>
-----------------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

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

**Tabla 69.**

*TIR*

<b>TIR</b>	<b>29,17%</b>
------------	---------------

### 5.8.2.2 Valor Presente Neto (VPN).

**Tabla 74.**

*VPN*

<b>VPN</b>	<b>\$ 34.515.902</b>
------------	----------------------

**5.8.2.3 Período de recuperación.** El período de recuperación del proyecto representa el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial a partir de los flujos netos de efectivo generados. De acuerdo con los resultados financieros obtenidos, el proyecto alcanza su punto de recuperación aproximadamente entre el primer y segundo año de operación, lo que evidencia una rápida recuperación del capital invertido y un bajo nivel de riesgo financiero.

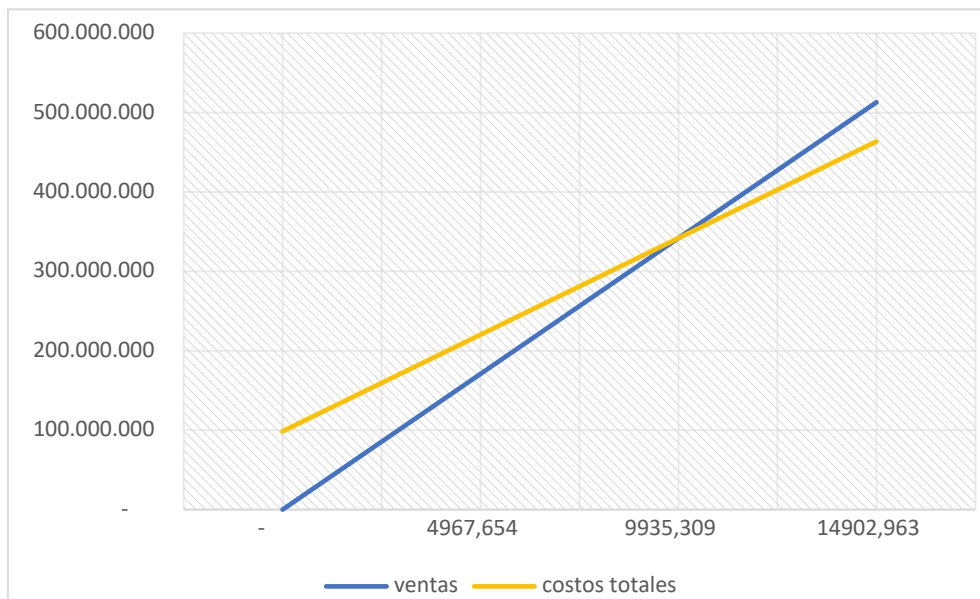
Este resultado, junto con la TIR del 29,17% y el VPN en \$ 34.515.902, confirma que la inversión es altamente rentable y que el flujo de caja generado es suficiente para cubrir la inversión en un plazo reducido, garantizando la viabilidad económica y financiera del proyecto.

### 5.8.2.4 Punto de equilibrio.

**Tabla 705.**

*Punto de equilibrio*

PUNTO DE EQUILIBRIO	FÓRMULA	RESULTADO
En función de la capacidad instalada (%)	$PE = CF/(IT-CV)$	13,27%
En función de cantidades producidas (Q)	$PE = CF/(Pu-CVu)$	9.935
En función de volumen de ventas (\$)	$PE^* = CF / 1 - CV/IT$	\$ 341.963.385
En función del número de días año	$PE = PE^* / (VT/N)$	40

**Figura 22.***Punto de equilibrio***5.9. Tamaño Del Proyecto.**

A partir de los estudios de mercado, técnico, administrativo y financiero, se determina que Antepasados S.A.S. se clasifica como una microempresa dentro del sector de servicios gastronómicos. Los ingresos proyectados según el estado de resultados ubican al proyecto dentro del rango de pequeña empresa establecido por la DIAN, al superar el límite de \$1.643.244.012 COP correspondiente a microempresas en servicios.

### **Conclusiones**

El desarrollo del estudio de factibilidad de Antepasados S.A.S. permitió integrar de manera coherente los componentes de mercado, técnicos, administrativos y financieros, evidenciando que el proyecto es viable y sostenible en el contexto gastronómico del municipio de El Socorro. El análisis de mercado confirmó una demanda real de 1.673.930 y creciente por productos típicos

santandereanos, lo que valida la propuesta de valor basada en la recuperación de tradiciones culinarias. Desde el punto de vista técnico, se establece los equipos, maquinaria y enseres necesarios que brinda la capacidad utilizada de 74.844 platos el primer año. Desde el punto de vista financiero, se definió una inversión total de \$ 1.073.174.910 para un periodo semestral donde \$ 974.114.560 son inversión en el capital de trabajo que se constituye en mayor parte de los insumos o materias primas. Y se destinó \$ 36.285.150 para crear un área de producción eficiente, sustentada en equipos industriales apropiados, una distribución adecuada del espacio y un flujo de trabajo que garantiza calidad, inocuidad y tiempos óptimos de producción.

En el componente administrativo, se estableció un modelo organizacional funcional donde se agrupa el talento humano según su experiencia técnica, siendo ideal para este modelo de negocio que busca una alta eficiencia operativa, además, permitiendo una gestión ágil y un uso racional de este talento humano. A nivel financiero, el área contable se delegará por un contrato de prestación de servicios, ya sea a una persona natural o jurídica.

Los resultados proyectados confirman la rentabilidad del proyecto y su capacidad para recuperar la inversión en el periodo estimado, evidenciando un TIR del 29,17%, lo que demuestra que es un proyecto favorable y sostenible. Asimismo, la clasificación empresarial basada en UVT ubicó al proyecto dentro del rango de pequeña empresa, respaldando su escala operativa y su potencial de expansión.

En síntesis, los resultados del estudio permiten concluir que Antepasados S.A.S. es un proyecto pertinente, competitivo y financieramente viable, capaz de responder a las necesidades del mercado local y de consolidarse como una propuesta gastronómica diferenciada, con posibilidades reales de crecimiento en el mediano plazo.

### **Recomendaciones.**

Desde el punto de vista metodológico, se recomienda profundizar en estudios complementarios, especialmente en análisis de comportamiento del consumidor y proyecciones de demanda a largo plazo, con el fin de ajustar la oferta gastronómica a las dinámicas cambiantes del mercado. También sería pertinente desarrollar un estudio de localización alternativo que evalúe futuros puntos de expansión y la posibilidad de integrar modelos híbridos como dark kitchen y servicio presencial para ampliar la cobertura del negocio.

En el ámbito académico, se sugiere continuar fortaleciendo las competencias en formulación y evaluación de proyectos, aprovechando los aportes conceptuales y metodológicos

brindados por la Universidad Industrial de Santander y el programa de Gestión Empresarial. La interdisciplinariedad entre áreas como finanzas, mercadeo, diseño de procesos y gestión del talento humano resultó fundamental para estructurar un proyecto sólido; por ello, se recomienda promover espacios colaborativos con otros programas académicos que enriquezcan la visión empresarial.

Desde la perspectiva práctica, el presente estudio puede replicarse y adaptarse a otros sectores gastronómicos, turísticos y culturales del departamento, incentivando la creación de emprendimientos basados en identidad regional y productos tradicionales. Asimismo, se aconseja que futuros emprendedores utilicen esta metodología para diseñar modelos de negocio más eficientes, sostenibles y alineados con las necesidades de sus comunidades. Finalmente, se recomienda implementar mecanismos de monitoreo y actualización permanente del proyecto, que permitan evaluar su ejecución real, identificar oportunidades de mejora y garantizar su continuidad y crecimiento en el tiempo.

### Referencias Bibliográficas

ANDI (2023). La Cámara del Sector Gastronómico de la ANDI manifiesta su preocupación por los impactos negativos que el Proyecto de Reforma Laboral representaría para este sector <https://www.andi.com.co/Home/Noticia/17428-la-camara-del-sector-gastronomico-de-la>

Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2022). Producto Interno Bruto (PIB) - Santander. [https://www.camaradirecta.com/imagenes/vdo\\_conexion/cone\\_bc52c5aa4fdea2260b48839b5734e05d4470454d.pdf](https://www.camaradirecta.com/imagenes/vdo_conexion/cone_bc52c5aa4fdea2260b48839b5734e05d4470454d.pdf)

Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2024). Provincias de Santander, ¿Cómo vamos? Una mirada a la región. Revista Directa, edición No. 38. <https://www.camaradirecta.com/revista-directa/provincias-de-santander-como-vamos-una-mirada-a-la-region->

[https://www.camaradirecta.com/imagenes/vdo\\_conexion/cone\\_84d18820e7da7ae02c224802f35d1f21b3bc6c9c.pdf](https://www.camaradirecta.com/imagenes/vdo_conexion/cone_84d18820e7da7ae02c224802f35d1f21b3bc6c9c.pdf)

Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2022). Actividad Empresarial del sector Bares y Restaurantes en Santander 2022.

[https://www.camaradirecta.com/imagenes/vdo\\_conexion/cone\\_044ec75d2cc80f6b1ccada019acaf-d5e253dff9a.pdf](https://www.camaradirecta.com/imagenes/vdo_conexion/cone_044ec75d2cc80f6b1ccada019acaf-d5e253dff9a.pdf)

DANE. (2025). Encuesta Mensual de Servicios (EMS).

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/servicios/encuesta-mensual-de-servicios-ems>

Delgado, A. (2024, 25 abril). La gastronomía como herramienta de transformación. Revista La Barra. <https://www.revistalabarra.com/es/noticias/la-gastronomia-como-herramienta-de-transformacion>

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de arepa de maíz pelado 100% criollo en el municipio de Lebrija, Santander. José Daniel Mendoza Carrisales. (2025). <https://noesis.uis.edu.co/server/api/core/bitstreams/223502e7-c07c-4cb9-9f4d-b1fd589b60b1/content>

Factibilidad para la creación de una empresa de helados artesanales a base de leche de cabra en Bucaramanga y su área metropolitana. Leidy Patricia Acero Mendoza, Maler Darío Silva Rueda (2025). <https://noesis.uis.edu.co/server/api/core/bitstreams/223502e7-c07c-4cb9-9f4d-b1fd589b60b1/content>

Evolución de las tendencias de consumo en las cocinas. (2024, 8 octubre). American Malls and Retail. <https://america-retail.com/paises/colombia/evolucion-de-las-tendencias-de-consumo-en-las-cocinas-colombianas/>

Galindo Galeano, L., & Bolaños Vásquez, A. (2023). Técnicas de cocción ancestrales resguardadas y aplicadas a la gastronomía de la región de Magdalena centro en Cundinamarca, Colombia. *Sosquua*, 5(2). <https://doi.org/10.52948/sosquua.v5i2.951>

Gómez, T. (2023, 9 septiembre). “La cocina tradicional es la abuela de las cocinas modernas”: Carlos Sánchez. *El Espectador*. <https://www.elespectador.com/gastronomia-y-recetas/la-cocina-tradicional-es-la-abuela-de-las-cocinas-modernas-carlos-sanchez/>

Gómez, T. (2025, 22 marzo). La cocina tradicional: el sabor que visibiliza la gastronomía nacional en el mundo. *El Espectador*. <https://www.elespectador.com/gastronomia-y-recetas/la-cocina-tradicional-un-tiquete-de-sabor-para-visibilizar-la-gastronomia-colombiana-en-el-mundo/>

Gutiérrez, V. S. (2025, 23 enero). Histórico del desempeño del sector de restaurantes y hoteles en Colombia desde 2019 a 2024. *Revista La Barra*. <https://www.revistalabarra.com/es/noticias/historico-del-desempeno-del-sector-de-restaurantes-y-hoteles-en-colombia-desde-2019-2024>

Hernández, L. (2025). Gastronomía para el desarrollo. Marca Colombia. <https://colombia.co/cultura-colombiana/gastronomia/gastronomia-para-el-desarrollo>

Impacto del aumento en el valor de la canasta familiar. <https://america-retail.com/paises/colombia/impacto-del-aumento-en-el-valor-de-la-canasta-familiar/>

Lorduy, J. (2023, 18 enero). Sector gastronómico en Colombia se encuentra en 'modo supervivencia'. Portafolio.co. <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/sector-gastronomico-en-colombia-se-encuentra-en-modo-supervivencia-577030>

López, A. (2024). Departamento de Santander, la quinta economía que más aporta al PIB nacional. Diario La República. <https://www.larepublica.co/especiales/sectores-que-impulsan-regiones/contribucion-de-santander-al-pib-nacional-3811056>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Resoluciones. <https://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig/procesos-de-apoyo/gestion-juridica/resoluciones>

Ministerio de Salud y Protección Social. Ley 9 de 1979. <https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/HS/Paginas/normograma-sanitario-alimentos-y-bebidas.aspx>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Colombia). (2016). Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 003: Control en el manejo de materia prima e insumos en el área de producción de alimentos conforme a requisitos de calidad (Primera actualización). Recuperado de [https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=9103960e-6bbb-458f-8da5-aa823f533a4f&utm\\_source=chatgpt.com](https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=9103960e-6bbb-458f-8da5-aa823f533a4f&utm_source=chatgpt.com)

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Colombia). (2017, 10 de julio). Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 007: Norma sanitaria de manipulación de alimentos (Primera actualización). <https://www.mincit.gov.co/getattachment/5fcb0531-5eab-441b-b41a-ce677f8c553f/Norma-Tecnica-Sectorial-Colombiana-NTS-USNA-007-No>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Colombia). (2012). Norma técnica sectorial colombiana NTS-USNA 011: Buenas prácticas para la prestación del servicio en restaurantes. Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/calidad-turistica/normas-tecnicas-sectoriales/nts-establecimientos-gastronomicos/norma-tecnica-sectorial-colombiana-nts-%E2%80%93usna-011.pdf.asp>

Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227–232. [https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-95022017000100037&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-95022017000100037&script=sci_arttext)

Sánchez, V. (2023, 5 septiembre). Cerca de 88% de viajeros elige un destino por la oferta gastronómica propia del lugar. *La República*. <https://www.larepublica.co/ocio/el-turismo-gastronomico-es-una-tendencia-conozca-las-gastronomia-que-ofrecen-algunas-ciudades-3696998>

Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Universidad Pedagógica Nacional. <https://bellasartes.upn.edu.co/wp-content/uploads/2024/11/METODOLOGIA-DE-LA-INVESTIGACION-Sampieri-Mendoza-2018.pdf>

Wikipedia. (2025). El Socorro, Santander. Wikipedia, enciclopedia libre. [https://es.wikipedia.org/wiki/El\\_Socorro\\_\(Santander\)](https://es.wikipedia.org/wiki/El_Socorro_(Santander))

Wikidepia. (2022). Comunera, Santander, Colombia – Genealogía. FamilySearch. [https://www.familysearch.org/es/wiki/Comunera,\\_Santander,\\_Colombia\\_-\\_Genealog%C3%ADa](https://www.familysearch.org/es/wiki/Comunera,_Santander,_Colombia_-_Genealog%C3%ADa)

## Apéndices

### Apéndice A. Encuesta

1. ¿A qué rango de edad pertenece?
  - a. 18-25
  - b. 26-33
  - c. 33-40
  - d. Más de 40 años
  
2. ¿Cuál de los siguientes perfiles lo describe mejor?
  - a. Trabajador
  - b. Estudiante
  - c. Turista o visitante ocasional
  - d. Pensionado/a
  
3. ¿Usted va a restaurantes?
  - a. Sí
  - b. No
  
4. ¿Con qué frecuencia visita restaurantes?
  - a. Diario

- b. Semanal
  - c. Quincenal
  - d. Mensual
  - e. Bimestral
  - f. Trimestral
  - g. Semestral
  - h. Anual
5. ¿En qué ocasiones suele comprar en restaurantes?
- a. Jornada laboral o de estudio
  - b. Poco tiempo para cocinar en casa
  - c. Fines de semana para compartir
  - d. Ocasiones especiales
  - e. Darse un gusto y probar algo diferente.
6. ¿Qué aspecto valora más a la hora de elegir un restaurante?
- a. Calidad de la comida
  - b. Buen precio
  - c. Atención al cliente
  - d. Ambiente y decoración
  - e. Promociones constantes
  - f. Cercanía a la casa / lugar de estudio
  - g. Variedad en el menú
7. ¿Qué tan importante es para usted el valor nutricional de los alimentos?

- a. No es importante
  - b. Es poco importante
  - c. Es medianamente importante
  - d. Es muy importante
8. ¿Cuál es el valor que estima pagar por un almuerzo completo (entrada, plato fuerte y bebida)
- a. Menos de \$18.000
  - b. Entre \$18.001 y \$24.000
  - c. Entre \$24.001 y \$30.000
  - d. Más de \$30.001
9. ¿Qué método de pago prefiere?
- a. Efectivo
  - b. Tarjeta débito o crédito
  - c. Transferencia (Nequi, Daviplata, entre otros)
  - d. Pago en línea (Apps, link de pago)
10. ¿Le gustaría comer en un nuevo restaurante de comida típica colombiana ubicado en el municipio del Socorro?
- a) Sí
  - b) No
11. ¿Dónde le gustaría que estuviera ubicado el restaurante de comida típica colombiana en el municipio del Socorro?

- a. Sector turístico e histórico del municipio
- b. Zona comercial
- c. A las afueras del municipio, vía principal de entrada
- d. En el parque de los Capuchinos, cerca de la sede UIS.

12. ¿Cuál de los siguientes beneficios le interesaría más a la hora de vincularse a un restaurante?

- a. Acumulación de puntos por cada compra
- b. Descuentos por frecuencia de visitas
- c. Tarjeta de clientes frecuentes
- d. Acceso exclusivo a promociones por redes sociales

13. ¿Por qué medio le gustaría enterarse de información y promociones que ofrece el restaurante?

- a. Whatsapp
- b. Instagram
- c. Facebook
- d. Correo electrónico
- e. No deseo recibir información

**Apéndice B. Cotización SST**

Señores  
**RESTAURANTE ANTEPASADOS**  
**YINA JIMENA MEJÍA MEJÍA**  
**GERENTE**  
Ciudad

**REF: PROPUESTA TÉCNICA Y ECONÓMICA PARA EL DISEÑO, IMPLEMENTACIÓN Y MANTENIMIENTO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO (SGSST)**

Cordial saludo,

A continuación, encontrará la presentación del servicio para el diseño, implementación y mantenimiento del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo – SGSST, en cumplimiento con el Decreto 1072 de 2015 y Resolución 0312 de 2019.

Esta propuesta incluye:

- **Servicio de del diseño del SGSST:**

-Diagnóstico inicial con base en la Resolución 0312 de 2019

-Diseño del SGSST y entrega (digital) del mismo

-Registro ante SGRL del Ministerio del Trabajo y ARL de la autoevaluación de los Estándares mínimos con base en la Resolución 0312 de 2019

-Acompañamiento durante 1 año, en asesorías referentes a temas del SGSST

- **Costo del acompañamiento de la implementación del SGSST, incluye:**

-Visita bimestral para capacitaciones, inspecciones y demás actividades planeadas dentro del Plan Anual de Trabajo

Todas las actividades son realizadas por profesional especialista en Gerencia de la Seguridad y Salud en el Trabajo, licencia vigente y curso de 50 horas.

Quedo atenta a cualquier inquietud sobre el alcance de la propuesta.

Atentamente,

  
**Karen Johanna Carvajal Anzola**  
[karenjohannacar@gmail.com](mailto:karenjohannacar@gmail.com)  
3102542717  
Resolución N° 3862 de 2023

**OBJETIVO**

Realizar la evaluación inicial, diseño, implementación y mantenimiento del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, de acuerdo con lo establecido en la normatividad vigente.

**ALCANCE DE LA PROPUESTA**

El propósito principal de esta propuesta es reducir los riesgos laborales relacionados con la seguridad y salud de los trabajadores, promover la mejora continua en los procesos y procedimientos internos, garantizar el cumplimiento normativo y prevenir sanciones o multas, en conformidad con el Decreto 1072 de 2015, la Resolución 0312 de 2019 y demás normativas aplicables.

Empresa	N° de trabajadores	Nivel de riesgo	Sede de administración del SGSST
Restaurante Antepasados	6	I	Socorro (Santander)

**ACTIVIDADES A DESARROLLAR**

Para el desarrollo del servicio descrito, se ejecutarán las siguientes actividades, llevadas a cabo por un profesional, especialista en Seguridad y Salud en el Trabajo

<b>FASE I: Diagnóstico inicial del SG-SST</b>	
1	Diagnóstico inicial con base en el Decreto 1072/2015 y Resolución 0312 de 2019.
<b>FASE II: Diseño del SG-SST</b>	
2	Elaboración de la Política de Seguridad y Salud en el Trabajo
3	Definir los objetivos del Sistema de Gestión de SST
4	Asignación de responsabilidades en SST
5	Asignación de recursos para el Sistema de Gestión en SST
6	Matriz legal
7	Matriz de elementos de Protección Personal
8	Identificación de peligros y valoración de riesgos
10	Definición de indicadores del SG-SST
11	Plan de Trabajo Anual
12	Plan de prevención, preparación y respuesta ante emergencias
13	Programa de capacitación de SST
14	Procedimiento para la inspección de instalaciones, maquinaria, y/o equipos
15	Elaboración de procedimientos o instructivos internos de SST
<b>FASE III: Implementación y Mantenimiento del SG-SST</b>	
16	Actualización documental
17	Elaboración y/o modificación Plan de Trabajo Anual
18	Seguimiento y asesoría a los planes, programas y procedimientos del SG-SST
19	Seguimiento a la ejecución del Plan de Trabajo Anual
20	Seguimiento y asesoría para la implementación del Plan de Emergencias.

21	Asesoría y verificación de la ejecución de medidas de prevención frente a riesgos encontrados
22	Inspecciones a las instalaciones, maquinaria y/o equipos.
23	Verificación de la ejecución de los hallazgos de las inspecciones
24	Capacitaciones de Seguridad y Salud en el Trabajo
25	Investigación de accidentes laborales
26	Análisis de indicadores
27	Plan de mejoramiento
<b>Valor Agregado</b>	
28	Apoyo ante autoridades y ARL
29	Asesoría y acompañamiento permanente en todo lo relacionado con SST

**ENTREGABLES**

- Documentación del SGSST en formato editable y PDF.
- Memorias de capacitaciones del SGSST
- Informes de diagnóstico inicial.

**COMPROMISO DEL CONTRATANTE**

Para el cumplimiento del objetivo propuesto, el contratante facilitará la información requerida oportunamente para el desarrollo de la propuesta, entre los que se incluyen planos, planillas de seguridad social, exámenes médicos y demás información necesaria).

**ACLARACIONES**

- Esta propuesta no cubre el valor de pólizas, en caso de requerirlas, el costo debe ser asumido por la empresa contratante.
- En caso de que el nivel de riesgo no coincida con el manifestado, se deberá solicitar un reajuste de la cotización.
- Esta propuesta no incluye, insumos para la implementación del SGSST, evaluación de riesgo psicosocial, profesiograma, evaluaciones médicas ocupacionales, mediciones ambientales, auditorías, elementos contra emergencias y demás insumos diferentes a gestiones documentales, capacitaciones y/o asesorías.

**PROPUESTA ECONÓMICA**

Ítem	Descripción	Costo
1	<b>Servicio de actualización del diseño del SGSST, incluye:</b> -Diagnóstico inicial con base en la Resolución 0312 de 2019 -Diseño del SGSST y entrega (digital) del mismo -Registro ante SGRL del Ministerio del Trabajo y ARL de la autoevaluación de los Estándares mínimos con base en la Resolución 0312 de 2019 -Acompañamiento virtual durante el año 2025 en asesorías referentes a temas del SGSST	\$ 1.500.000
2	<b>Costo del acompañamiento de la implementación del SGSST, incluye:</b>	\$600.000 (Costo bimestral)

	-Visita bimestral para capacitaciones, inspecciones y demás actividades planeadas dentro del Plan Anual de Trabajo	
--	--	--

**Forma de pago**

La forma de pago de este servicio es a convenir con la empresa contratante.

**Duración del contrato**

El tiempo estimado para el proyecto comprende desde la aceptación de la oferta hasta el 31 de diciembre de 2025, incluyendo el reporte de autoevaluación de estándares mínimos ante ARL y Ministerio del Trabajo, el cual este sujeto a los comunicados y plazos establecidos por dicha entidad

**Validez de la oferta**

Oferta válida hasta el 04 de noviembre de 2025.

**Apéndice C.** *Cotización análisis ambiental*

Señores  
**RESTAURANTE ANTEPASADOS**  
**YINA JIMENA MEJÍA MEJÍA**  
**GERENTE**  
Ciudad

**REF: PROPUESTA TÉCNICA Y ECONÓMICA PARA EL DISEÑO, IMPLEMENTACIÓN Y MANTENIMIENTO DEL SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL**

Cordial saludo,

A continuación, encontrará la cotización del servicio para el diseño, implementación y mantenimiento del Sistema de Gestión de Ambiental - SGA, con base en la norma ISO 14001:2015.

Esta propuesta incluye:

- **Servicio de del diseño del SGA:**

- Diagnóstico inicial con base en la Norma ISO 14001:2015
- Diseño del SGA y entrega (digital) del mismo
- Acompañamiento durante 1 año, en asesorías referentes a temas del SGA.

- **Costo del acompañamiento de la implementación del SGA, incluye:**

- Visita bimestral para capacitaciones, inspecciones y demás actividades planeadas dentro del Plan Anual de Trabajo

Todas las actividades son realizadas por profesional con tarjeta profesional vigente.

El valor total de la propuesta es de \$ 2.000.000

Quedo atenta a cualquier inquietud sobre el alcance de la propuesta.

Atentamente,

  
**Karen Johanna Carvajal Anzola**  
[karenjohannacar@gmail.com](mailto:karenjohannacar@gmail.com)  
3102542717

**318 665 4025**

**315 819 3122**  
 316 846 0816

**Cil. 10 # 14-51**  
 El Socorro / Sder

**Litolasset**  
 COMPUTADORES Y SUMINISTROS  
 MANTENIMIENTO - ACCESORIOS - TINTAS Y RECARGAS

**COMPUTADORES DE ESCRITORIO**

Equipos de Escritorio para Hogar y Oficina  
Ahorre espacio, sin tantos cables, últimos diseños

<p style="text-align: center;"><b>HP AIO 22.4g001a</b></p> <p style="font-size: x-small;">Excelente de PA</p> <p><b>Intel N100</b> Dual Core de 1.80Ghz. Pantalla de 21.5". Ram <b>8GB</b>. Disco Duro de <b>256Gb</b> SSD. - WEB, MIC. Y PARL. INTEG. TEC.-MOUSE- WIFI - BT -Video 128Mb. - Soporta Win. 11</p> <p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">\$1.495.000</p>	<p style="text-align: center;"><b>Lenovo IdeaCentre AIO 3 24IAP7</b></p> <p style="font-size: x-small;">Excelente de PA</p> <p><b>Intel Core i3</b> Quad Core de 3.00Ghz. Pantalla de 24". Ram <b>8GB</b>. Disco Duro de <b>512Gb</b> SSD. - WEB, MIC. Y PARL. INTEG. TEC.-MOUSE- WIFI - BT -Video 128Mb. - Soporta Win. 11</p> <p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">\$2.180.000</p>	<p style="text-align: center;"><b>Lenovo IdeaCentre AIO 3 24ALCS</b></p> <p style="font-size: x-small;">Excelente de PA</p> <p><b>AMD Ryzen5</b> Quad Core de 2.00Ghz. Pantalla de 24". Ram <b>8GB</b>. Disco Duro de <b>256Gb</b> SSD. - WEB, MIC. Y PARL. INTEG. TEC.-MOUSE- WIFI - BT -Video 128Mb. - Soporta Win. 11</p> <p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">\$2.150.000</p>
--	---	--

<p style="text-align: center;"><b>IMPRESORA POS - TERMICA</b></p> <p style="text-align: center;"><b>JALTECH</b> Papel 80mm/111</p> <p style="font-size: x-small;">Vel. de impresión: 230mm/seg Monocromática</p> <p style="font-size: x-small;">Conexión: USB -RJ45 / Red Interfaz a Monedero Garantía 12 meses</p> <p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold; font-size: large;">\$398.000</p>	<p style="text-align: center;"><b>SILLAS PARA OFICINA</b></p> <p style="font-size: x-small;">* con otros medios de pago</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p style="color: red; font-weight: bold;">\$215.000</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p style="color: red; font-weight: bold;">\$395.000</p> </div> </div> <p style="font-size: x-small;">* \$1.075.000</p>
<p style="text-align: center;"><b>IMPRESORA POS - TERMICA</b></p> <p style="text-align: center;"><b>EPSON TM-T20III</b> Papel 6.6 y 80mm</p> <p style="font-size: x-small;">Vel. de impresión: 250mm/seg Monocromática</p> <p style="font-size: x-small;">Conexión: USB Red RJ45 Interfaz a Monedero Garantía 12 meses</p> <p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold; font-size: large;">\$990.000</p>	

**Cámaras de Seguridad IP**

Monitoreo de Hogar y/o Oficina desde cualquier lugar del mundo

Ezviz CS-H6c	Ezviz H6c Pro	Ezviz C1C-B	tapo C200	tapo C210	Cámara Ip
\$180.000	\$220.000	\$140.000	\$150.000	\$190.000	\$150.000
Cámara Ip Robótica 360° HD 1080 1920 x 1080 3Mpx - Color WIFI / RJ45 Interior Visión Noc. B/N	Cámara Ip Robótica 360° FHD Color 5 Mpx Color WIFI / RJ45 Interior Visión Noc. B/N	Ezviz C1C-B Cámara Ip Fija HD Color 1920x1080 solo WiFi Interior Visión Noc. bin	tapo C200 Cámara Ip Robótica 360° FHD Color 1920 x 1080 WIFI Interior Visión Noc. bin	tapo C210 Cámara Ip Robótica 360° 2K Color 2048 x 1080 WIFI Interior Visión Noc. bin	Cámara Ip Robótica 360° FHD Color 1920 x 1080 WIFI Exterior Ip65 Visión Noc. bin

**MICRÓFONOS**

Para PCs, Portátiles, Celulares y Cámaras de Video

MICRÓFONO INALÁMBRICO PARA CELULAR

<p>2 Micrófonos 1 Celular</p> <p style="color: red; font-weight: bold;">\$35.000</p>	<p>Micrófono Condensador 3.5</p> <p style="color: red; font-weight: bold;">\$160.000</p>	<p>Mic. RGB USB</p> <p style="color: red; font-weight: bold;">\$180.000</p>	<p>BOYA BY-M1</p> <p style="color: red; font-weight: bold;">\$75.000</p>
<p>Tipo C</p> <p style="color: red; font-weight: bold;">\$40.000</p>	<p>Tipo C / Iphone</p> <p style="color: red; font-weight: bold;">\$65.000</p>	<p>Iphone</p> <p style="color: red; font-weight: bold;">\$95.000</p>	<p style="color: red; font-weight: bold;">\$35.000</p>

Apéndice E. Cotización equipos industriales

**MEGA TIENDAS INDUSTRIAL S.A.S**  
**MEGATIENDAS INDUSTRIAL S.A.S NIT: 901805099-1 REGIMEN COMÚN**  
 Distribuidores de equipos de Panadería, Tiendas, Carnicerías, Comidas rápidas, Restaurantes, Supermercados, Industrias

**BUCARAMANGA, MARZO 3 DEL 2026**

SEÑOR(S)  
**JOHAN SEBASTIAN MANRIQUE**  
 CRA # #12-19 SOCORRO

De acuerdo con su requerimiento me permito enviarle la cotización de los siguientes equipos distribuidos por MEGATIENDAS INDUSTRIAL.

**COTIZACION EQUIPOS**

**PLANCHA INDUSTRIAL**  
 Especificaciones

- Dimensiones: 100x75x90
- Acero 430 satinado calibre 22
- Patas en tubo redondo de 2 pulgadas
- Entrepiso
- Niveladores
- Plancha en hierro (90x60)



**VALOR UNIDAD: DOS MILLONES DE PESOS (\$2.000.000)**  
**VALOR UNIDAD EN ACERO QUIRURGICO: DOS MILLONES SEISCIENTOS MIL PESOS (\$2.600.000)**

**FREIDORA A GAS**  
 Especificaciones

- Total, lamina de acero satinado
- Patas en tubo redondo 2 pulgadas
- 2 tanques de 5 lbs cada uno
- canastillas
- Frente 60 x alto 90 x fondo 60



**VALOR UNIDAD: OCHOCIENTOS MIL PESOS (\$800.000)**

**MEGA TIENDAS INDUSTRIAL S.A.S**  
**MEGATIENDAS INDUSTRIAL S.A.S NIT: 901805099-1 REGIMEN COMÚN**  
 Distribuidores de equipos de Panadería, Tiendas, Carnicerías, Comidas rápidas, Restaurantes, Supermercados, Industrias

**VITRINA VERTICAL MIXTA SWAN**

Especificaciones del equipo

- Con una capacidad bruta de 360 litros
- Consumo de energía optimizado a 77,18 kWh/mes.
- Cabineta interna con lamina blanca y poliestireno
- Motor de 1/4 HP para un rendimiento fiable y constante.
- Dos puertas y tres parrillas
- Refrigera en la parte inferior y Congela en la parte superior



**VALOR TOTAL DEL EQUIPO: TRES MILLONES SEISCIENTOS MIL PESOS (\$3.600.000)**

**CAMPANA EN ACERO INOXIDABLE**  
 Especificaciones

- Campana en acero inoxidable 430 calibre 22 con filtros  
**\$1.400.000** (Frente 1.20 x alto 0.40 x fondo 0.90)
- codo 14" \$ 360.000
- Metro de ducdo 14" \$ 220.000
- Base motor \$ 410.000
- Sombrero chino \$ 220.000
- Motor 16" \$ 780.000.
- NO INCLUYE INSTALACION



**BATIDORA EN ACERO 5 LITROS**  
 Especificaciones

- Batidora semi industrial fabricada en acero inoxidable
- Incluye 3 accesorios (gancho, globo, paleta).
- 110v, 500w,
- Bata 5 litros,
- Potenciómetro variable de 3 velocidades,
- Alarma de seguridad,
- Acorcio protector,
- Equipo funcional de mesa



**VALOR UNIDAD: UN MILLON QUINIENTOS MIL PESOS (\$1.500.000)**

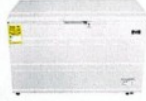


MEGATIENDAS INDUSTRIAL S.A.S. NIT: 901905999-1 REGIMEN COMÚN  
Distribuidores de equipos de Panadería, Tiendas, Carnicerías, Comidas rápidas, Restaurantes,  
Supermercados, Heladería

#### CONGELADOR SWAN DE 293 LITROS

Especificaciones del equipo

- Medidas: frente 1.10 x alto 85 x fondo 70
- Litros: 293
- sistema dual (refrigeración o congelación)
- Castilla plastificada
- Manija externa
- Color blanco
- Control manual de temperatura
- Garantía: dos años



VALOR UNIDAD: UN MILLON CUATROCIENTOS MIL PESOS (\$ 1.400.000)

#### ESTANTE METALICO

Especificaciones

- Estructura fabricada en lámina Cold Rolled con acabados De pintura en polvo electrostática.
- (5) Entrepisos ó Niveles gradables.
- Resiste 60 kg por entrepaño (carga distribuida).
- Incluye tornillos zincado (cabeza de lenteja) para armado.
- Se entregan armados a solicitud.
- Color Disponible: Gris, rojo, blanco, azul
- Dimensiones Generales: Alto: 2.00 m Ancho: 0.92 m Fondo: 0.30 m



VALOR UNIDAD: DOSCIENTOS CINCUENTA MIL PESOS (\$250.000)

#### LICUADORA RENAHOUSE DE 6.5 LITROS

Especificaciones del equipo

- Motor Potente de 1860W: Tritura hielo, frutas, verduras, granos y otros ingredientes de manera rápida y eficiente, ideal para preparar grandes cantidades en poco tiempo.
- Capacidad de 6.5 Litros: Su generosa capacidad permite procesar más ingredientes en una sola tanda, lo que optimiza los tiempos de preparación y aumenta la productividad de tu negocio.
- Diseño Robusto y Duradero: Con materiales de alta calidad y una base antideslizante, esta licuadora está diseñada para resistir el uso intensivo en entornos comerciales.
- Versatilidad en la Cocina: Perfecta para preparar batidos, sopas, salsas, purés y más, adaptándose a diversas aplicaciones en la cocina profesional.
- Fácil Limpieza: La jarra es fácil de desmontar y limpiar, lo que asegura un mantenimiento sin complicaciones para un uso continuo.



MEGATIENDAS INDUSTRIAL S.A.S. NIT: 901905999-1 REGIMEN COMÚN  
Distribuidores de equipos de Panadería, Tiendas, Carnicerías, Comidas rápidas, Restaurantes,  
Supermercados, Heladería

#### EMPACADORA AL VACIO 1 BARRA

Especificaciones del equipo

- Extrae oxígeno y sella bolsa para alargar la vida útil de los alimentos
- Vacío d 0.18pis, bomba 3m3
- Empaque al vacío para cocinar en baño térmico
- Controles digitales para poder empacar una variada gama de productos con gran precisión
- Una barra de sellado de 260mm
- Acepta una bolsa de 260x330mm max
- Amplia apertura de tapa para mayor comodidad
- Tapa transparente y vacuometro que permitan monitorear el proceso
- Máximo 30 empaques por hora
- INCLUYE: empaque para el domo, aceite, cintas teflonada y resistencias



VALOR UNIDAD: CUATRO MILLONES CIENTO MIL PESOS (\$4.100.000)

#### MESA REFRIGERADA 1.00 MTS

Especificaciones

- Fabricado íntegramente en acero inoxidable tanto en su parte interior como exterior.
- Interior con cantos redondeados que facilitan la limpieza.
- Mesa refrigerada con aislamiento de 60 mm de poliuretano inyectado de 40kg/m libre de CFC.
- Refrigeración ventilada.
- Condensador ventilado.
- Número de puertas: 1
- Capacidad: 350 litros
- Temperatura de trabajo: + 2°C / +8°C
- Voltaje: 110 V
- DIMENSIONES: 1.00CM LARGO, 0.70CM FONDO, 0.90CM ALTO



VALOR UNIDAD: OCHO MILLONES DE PESOS (\$8.000.000)



MEGATIENDAS INDUSTRIAL S.A.S. NIT: 901905099-1 REGIMEN COMÚN  
Distribuidores de equipos de Panadería, Tiendas, Carnicerías, Comidas rápidas, Restaurantes,  
Supermercados, Heladería

- Materiales: Cuchillas de acero inoxidable, base antideslizante
- Velocidades variables y función de pulso para un control preciso de la textura.
- Dimensiones: Altura total: 65cm, Ancho y fondo del motor: 23cm

VALOR UNIDAD: UN MILLON CIENTO OCHENTA MIL PESOS (\$1.180.000)

**LAVAPLATOS EN ACERO DE 2.00 MT**  
Especificaciones

- Fabricada en acero 304
- Patas en tubo de acero
- Medidas: 2.00\*60\*90
- Poceta de 20 cm fondo
- Niveladores



VALOR UNIDAD: DOS MILLONES DOSCIENTOS MIL PESOS (\$2.000.000)  
TRAMPA GRASA: UN MILLON DE PESOS (\$1.000.000)

**ESTUFA INDUSTRIAL 6 PUESTOS**  
Especificaciones

- Fabricado acero 430
- Calibre 22
- 6 fogones sencillos
- Fogones en hierro
- Patas en tubo acero 2 pulgadas
- Perillas de lujo
- Entrepaña



VALOR UNIDAD: TRES MILLONES DOSCIENTOS MIL PESOS (\$3.200.000)

**CALENTADOR DE PAPAS FRANCESA**  
Especificaciones

Calentador de papas en acero inoxidable de control manual  
El equipo cuenta con una resistencia con un protector de recalentamiento.  
Potencia: 1.4 KW Voltaje: 110V. Dimensiones: Frente: 0.34. Alto: 0.57. Fondo:  
0.44 mts. (Se recomienda para trabajo continuo durante 2 a 3 horas máximo y  
dejar en reposo por una hora)



VALOR UNIDAD: UN MILLON QUINIENTOS MIL PESOS (\$1.500.000)



MEGATIENDAS INDUSTRIAL S.A.S. NIT: 901905099-1 REGIMEN COMÚN  
Distribuidores de equipos de Panadería, Tiendas, Carnicerías, Comidas rápidas, Restaurantes,  
Supermercados, Heladería

**MESON EN ACERO 1.50cm**  
Especificaciones del equipo

- fabricada en acero 430
- calibre 22
- patas en tubo de acero
- medidas: 1.50\*60\*90
- entrepaño
- niveladores



VALOR UNIDAD: SETECIENTOS MIL PESOS (\$700.000)

**BOLSA PARA EMPACADORA AL VACIO**

- Medida: 25x35
- 250 unidades



VALOR PAQUETE: CIENTO CINCUENTA MIL PESOS (\$150.000)

**BAÑO MARIA**  
Especificaciones

- Fabricado acero 430
- Calibre 22
- 1 azafate de 1 entero
- 8 azafates de ½
- Bodega
- Vidrio curvo
- Rodachines



VALOR UNIDAD: CUATRO MILLONES OCHOCIENTOS MIL PESOS (\$4.800.000)



MEGATIENDAS INDUSTRIAL S.A.S. NIT: 901905099-1 REGIMEN COMÚN  
Distribuidores de equipos de Panadería, Tiendas, Carnicerías, Comidas rápidas, Restaurantes,  
Supermercados, Heladería

CANT	DETALLE	SUBTOTAL	IVA	TOTAL
1	PLANCHA INDUSTRIAL	\$ 2.600.000	\$ 0	\$ 2.600.000
1	FRIDORA A GAS	\$ 800.000	\$ 0	\$ 800.000
1	VITRINA VERTICAL MIXTA SWAN	\$ 3.800.000	\$ 0	\$ 3.800.000
1	CAMPANA EN ACERO INOXIDABLE	\$ 1.400.000	\$ 0	\$ 1.400.000
1	CODO 14"	\$ 360.000	\$ 0	\$ 360.000
1	METRO DUCTO 14"	\$ 220.000	\$ 0	\$ 220.000
1	BASE MOTOR	\$ 410.000	\$ 0	\$ 410.000
1	SOMBRERO CHENO	\$ 220.000	\$ 0	\$ 220.000
1	MOTOR 1/2"	\$ 780.000	\$ 0	\$ 780.000
1	BATIDORA EN ACERO 6 LITROS	\$ 1.500.000	\$ 0	\$ 1.500.000
1	EMPACADORA AL VACIO 1 BARRA	\$ 4.100.000	\$ 0	\$ 4.100.000
1	MESA REFRIGERADA 1.00 MTS	\$ 8.000.000	\$ 0	\$ 8.000.000
1	CONGELADOR SWAN DE 293 LITROS	\$ 1.400.000	\$ 0	\$ 1.400.000
1	ESTANTE METALICO	\$ 250.000	\$ 0	\$ 250.000
1	LICUADORA RENAHOUSE DE 6.5 LITROS	\$ 1.180.000	\$ 0	\$ 1.180.000
1	LAVAPLATOS EN ACERO DE 2.00 MT	\$ 2.000.000	\$ 0	\$ 2.000.000
1	TRAMPA GRASA	\$ 1.000.000	\$ 0	\$ 1.000.000
1	ESTUFA INDUSTRIAL 6 PUESTOS	\$ 3.200.000	\$ 0	\$ 3.200.000
1	CALENTADOR DE PAPAS FRANCESA	\$ 1.500.000	\$ 0	\$ 1.500.000
1	MESON EN ACERO 1.50CM	\$ 700.000	\$ 0	\$ 700.000
1	BOLSA PARA EMPACADORA AL VACIO	\$ 150.000	\$ 0	\$ 150.000
1	BAÑO MARIA	\$ 4.800.000	\$ 0	\$ 4.800.000
22	TOTAL	\$ 40.170.000	\$ 0	\$ 40.170.000

FORMA DE PAGO: EFECTIVO O COSIGNACION  
BANCO DAVIVIENDA  
CUENTA DE AHORROS: 108800582801  
MEGATIENDAS INDUSTRIAL SAS  
NIT: 901.905.099-1

FORMA DE PAGO: CONTADO  
LUGAR DE ENTREGA: BUCARAMANGA / SANTANDER  
TIEMPO DE ENTREGA: 15 DIAS HABILES  
VALIDEZ DE LA OFERTA: 15 DIAS

GARANTIA 1 AÑO



MEGATIENDAS INDUSTRIAL S.A.S. NIT: 901905099-1 REGIMEN COMÚN  
Distribuidores de equipos de Panadería, Tiendas, Carnicerías, Comidas rápidas, Restaurantes,  
Supermercados, Heladería

**LA GARANTÍA NO INCLUYE:**

Deterioro por causa externas a la responsabilidad de MEGATIENDAS INDUSTRIAL Como lo son:

- Daños por maltrato, abuso o por el mal manejo del equipo por parte del comprador o terceras personas.
- Desarme, reparaciones, modificaciones o instalaciones hechas por terceros que no hayan sido previamente autorizados por MEGATIENDAS INDUSTRIAL.
- Daños o fallas en elementos eléctricos y/o electrónicos por consecuencia de descargas eléctricas ocasionadas por rayo, fluctuaciones de voltaje o voltajes distintos a los indicados.
- Fallas o averías producidas por falta de mantenimiento preventivo de los equipos
- Deterioro o pérdida de productos perecederos ocurridos en cualquier situación ocurrida con el equipo. Esta responsabilidad es exclusiva del cliente y del manejo que le dé a la situación particular que se presente

Agradecemos su atención a la presente y en espera de sus gratas noticias para tener el agrado de servirle

MEGATIENDAS INDUSTRIAL S.A.S. NIT: 901.905.099-1  
Cra. 10 # 45 - 72 - Tel. 607 680 4899  
Cra. 10 # 45 # 7200 - 222 208 509 - Bucaramanga  
Comercial@megatiendas.com  
Comercial@megatiendas.com

Cordialmente,  
MARIA GARCIA ROJAS  
REPRESENTANTE LEGAL



## Apéndice F. Cotizaciones muebles, enseres, utensilios y equipos

Business People Unlimited & Cia SCA  
Autopista Medellín KM 1.5 Costado sur, Parque Industrial  
la Florida, Bod 22  
Cota , Cundinamarca -Actividad económica 4649

ANTEPASADOS RESTAURANTE  
SOCORRO CALLE 11 No. 14  
Santander  
Colombia




**Presupuesto # S033263**

Fecha de cotización: 13/03/2026      Fecha de caducidad: 21/03/2026      Comercial: Eliana Fayad

Descripción	Marca	Cantidad UMD	Precio unitario	Impuestos	Imagen
97084/ JARRO CERVEZA, JUGOS, VARIOS 16 ONZ. (upgrade_1)	LIBBEY	12,000 12 Unidad(es)	18.620,00	19% IVA	
SST-40/ OLLA PROFESIONAL, 40 LTS., ACERO INOXIDABLE PREMIUM - 42.2X31.1 CM	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	1.893.990,00	19% IVA	



Global Business Solution

Business People Unlimited & Cia SCA  
Autopista Medellín KM 1.5 Costado sur, Parque Industrial  
la Florida, Bod 22  
Cota , Cundinamarca -Actividad económica 4649





CCS-10C/ COLADOR CHINO MALLA GRUESA 25.4 CM - ACERO INOX.	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	248.840,00	19% IVA	
CBR-GR/ CEPILLO PARA TABLA VERDE	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	27.900,00	19% IVA	
FPS-8/ CONTROLADOR DE PORCIÓN SÓLIDO 8 ONZ. - MANIJA AZUL	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	33.660,00	19% IVA	

Global Business Solution

Business People Unlimited & Cia SCA  
Autopista Medellín KM 1.5 Costado sur, Parque Industrial  
la Florida, Bodega 22  
Cota, Cundinamarca -Actividad económica 4649

ESP-121/ CUCHARA RECEADORA PERFORADA - 33 CM	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	18.950,00	19% IVA	
LDC-8/ CUCHARON 8 ONZ. 41,9 CM - MANIJA AZUL	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	59.960,00	19% IVA	

Business People Unlimited & Cia SCA  
Autopista Medellín KM 1.5 Costado sur, Parque Industrial  
la Florida, Bodega 22  
Cota, Cundinamarca -Actividad económica 4649

PSD-16/ ESPATULA CABEZA EN SILICONA 40.6 CM	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	59.990,00	19% IVA	
TKP-50/ ESPATULA PARA PARRILLA - 10X8.8 CM	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	23.790,00	19% IVA	
UT-9LT/ PINZA ACERO INOXIDABLE 22.9 CM - 0.6 MM GROSOR	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	13.640,00	19% IVA	
CB-6K/ SOPORTE PARA TABLAS DE PICAR - 6 ESPACIOS	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	145.920,00	19% IVA	

Business People Unlimited & Cia SCA					
Autopista Medellín KM 1.5 Costado sur, Parque Industrial la Florida, Bod 22					
Cota , Cundinamarca -Actividad económica 4649					
CBGR-1824/ TABLA PARA PICAR VERDE - 46X61X1.5 CM	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	229.990,00	19% IVA	
TMT-CDF4/ TERMOMÉTRO PARA DULCE/FREIDORA - DE 100 A 400F	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	69.910,00	19% IVA	
TKP-41/ VOLTEADOR DE HAMBURGUESAS Y CARNE - 10.5X9.5 CM	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	55.220,00	19% IVA	
MS2K-10D/ COLADOR MALLA FINA DOBLE 26.7 CM	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	136.990,00	19% IVA	

BPU


Global Business Soluti





Business People Unlimited &amp; Cia SCA

Autopista Medellín KM 1.5 Costado sur, Parque Industrial la Florida, Bod 22




Cota , Cundinamarca -Actividad económica 4649

COD-8/ COLADOR MULTIPROPOSITO, 35.6 CM - 8 QT.	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	103.470,00	19% IVA	
SPJM-202/ AZAFATE 1/2 CALIBRE 24 - ACERO INOX. 18/8 - 26.3X32.3X6.5 CM	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	104.360,00	19% IVA	
P-104C/ RECIPIENTE REDONDO PC BLANCO 7.5 LTS. 22.6X27.4 CM (upgrade_1)	JIWINS	1,000 1 Unidad(es)	71.170,00	19% IVA	

AFP-14A/ SARTEN GLADIATOR™ EXTRA RESISTENTE - ACABADO NATURAL 35.6 CM	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	305.990,00	19% IVA	
NB-15/ BROCHA/PINCEL PLANO CON CERDAS DE NYLON - 3.8 CM	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	47.200,00	19% IVA	
AXBZ-24/ CALDERO PROFESIONAL, 24 LTS., ALUMINIO EXTRA RESISTENTE - 46.7X14.6 CM	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	364.990,00	19% IVA	

AXS-80C/ TAPA PARA OLLA REF. AXBZ-24	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	110.660,00	19% IVA	
722/ JGO. 4 CUCHA. MEDIDORAS DELUXE - 1/4, 1/2, 1/3 Y 1 CUCH. (upgrade_1)	TABLECRAFT	1,000 1 Unidad(es)	49.960,00	19% IVA	
PMCP-100/ TAZA MEDIDORA EN POLICARBONATO - 1 QT.	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	49.870,00	19% IVA	
MXRU-150/ TAZÓN PARA MEZCLAR C/BASE SILICONA, ACERO INOX. 1.5 QT.	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	64.870,00	19% IVA	

Business People Unlimited & Cia SCA  
Autopista Medellín KM 1.5 Costado sur, Parque Industrial  
la Florida, Bod 22  
Cota , Cundinamarca -Actividad económica 4649

MXRU-800/ TAZÓN PARA MEZCLAR C/BASE SILICONA, ACERO INOX. 8 QT.	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	214.990,00	19% IVA	
TMT-P3/ TERMOMÉTRO DE BOLSILLO DE 1" - DE 50 A 550F	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	41.560,00	19% IVA	
TMT-IF1 / TERMÓMETRO INFRAROJO, PANTALLA DE 1" - LECTURA EXACTA DE 26 A 608F	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	543.990,00	19% IVA	



Business People Unlimited & Cia SCA  
Autopista Medellín KM 1.5 Costado sur, Parque Industrial  
la Florida, Bod 22  
Cota , Cundinamarca -Actividad económica 4649

UC-B3/ CUBO NEGRO PARA RESIDUOS Y BASURA	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	101.300,00	19% IVA	
TFG-2622K/ BANDEJA OVALADA 65 x 56 CM - ANTIDESLIZANTE NEGRA	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	317.710,00	19% IVA	
K-125/ AFILADOR DE CUCHILLOS EN ACERO INOXIDABLE 30.5 CM	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	114.870,00	19% IVA	
PMB-18/ BARRA MAGNÉTICA PARA CUCHILLOS 45.7 CM	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	138.670,00	19% IVA	

Business People Unlimited & Cia SCA  
Autopista Medellín KM 1.5 Costado sur, Parque Industrial la Florida, Bod 22  
Cota , Cundinamarca -Actividad económica 4649

KSP-2/ AFILADOR DE CUCHILLOS DOBLE 19X6X5 CM	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	134.990,00	19% IVA	
KWP-70/ CUCHILLO ERGONOMICO SANTOKU 18 CM	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	109.560,00	19% IVA	
KWP-61/ CUCHILLO ERGONOMICO DELGADO PARA DESHUESAR 15.2 CM	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	79.680,00	19% IVA	
KC-601/ CUCHILLO PROFESIONAL CHINO 20.3X8.9 CM	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	185.570,00	19% IVA	

Business People Unlimited & Cia SCA  
Autopista Medellín KM 1.5 Costado sur, Parque Industrial la Florida, Bod 22  
Cota , Cundinamarca -Actividad económica 4649

KWP-90/ CUCHILLO PROFESIONAL ERGONOMICO CIMITARRA PARA CARNE 24.1 CM	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	139.710,00	19% IVA	
KWP-121/ CUCHILLO PROFESIONAL ERGONOMICO PARA PAN 30.4 CM	WINCO	1,000 1 Unidad(es)	94.170,00	19% IVA	

Importe base	\$ 6.731.540,00
Impuestos	\$ 1.278.992,60
<b>Total</b>	<b>\$ 8.010.532,60</b>



ENTREGA: Inmediata (a la fecha)  
 TERMINOS: \*Cotización valida por 8 dias.  
 \*Estos precios son válidos para mercancía en bodega, los precios de la mercancía en tránsito son sujetos a cambio si así lo considera necesario nuestra área de costos.  
 OTRAS CIUDADES: \*El tiempo de entrega para otras ciudades varia de 2 a 6 dias hábiles dependiendo de la ciudad.  
 \* Cuando el cliente fuera de la ciudad hace un pedido con un monto inferior a \$600.000 el costo del flete deberá ser asumido por el cliente.  
 \*La mercancía se debe revisar en el momento de la entrega en caso de que alguna pieza llegue averiada se debe hacer la observación por escrito en la guía de la transportadora para poder autorizar el cambio, de lo contrario, no podremos hacer el cambio de la pieza.


**Términos de pago: Pago inmediato**

**Apéndice G. Cotizaciones de equipos de oficina, comunicación y herramientas**





Ítem	Descripción del Producto	Cantidad	Precio Unitario	Total
1	<b>Escritorio de mesa (modelo ELW 936)</b> 	2	569.900	1.139.800
2	<b>Cámara GoPro MAX (kit completo)</b> 	1	2.319.900	2.319.900
3	<b>Datafono Bold Neo</b> 	1	120.000	120.000


4	<p><b>Extintor Multipropósito de 10 Lb</b></p> 	2	75.000	150.000
5	<p><b>Caja registradora</b></p> 	1	395.700	395.700
6	<p><b>Kit de herramientas</b></p> 	1	235.900	235.900

7	<p><b>Señalización de seguridad kit de 30</b></p> 	1	105.000	105.000
8	<p><b>Papel para impresora POS x 6 unidades</b></p> 	1	38.900	38.900

9	<b>Pechera GoPro</b> 	1	48.000	48.000
10	<b>Lámpara (Aro de luz)</b> 	1	95.900	95.900
11	<b>Comedor</b> 	13	479.900	6.238.700

12	<b>Botiquín</b> 	1	69.990	69.990
13	<b>Salseros</b> 	30	3.180	95.400
14	<b>Vasos</b> 	13	24.000	312.000

15	<b>Jarras</b> 	15	39.900	598.500
16	<b>Platos</b> 	80	14.900	1.192.000
17	<b>Manteles</b> 	15	68.900	1.033.500
18	<b>Escurreidor</b> 	3	60.000	180.000

19	<b>Teléfono celular</b> 	2	586.900	1.173.800
----	--	---	---------	-----------