

Estudio de factibilidad para la creación de una cadena de restaurantes de comida balanceada bajo el concepto *real fooding* ubicados en el área metropolitana de Bucaramanga

Elkin Flórez Alarcón y Diego Andrés Súspez Cáceres

Trabajo de Grado para Optar al Título de Profesional en Gestión Empresarial

Director

Querubín Sánchez Martínez

Profesional en Gestión Empresarial

Universidad Industrial de Santander

Instituto de Proyección Regional de Educación a Distancia - IPRED

Gestión Empresarial

Bucaramanga

2023

Dedicatoria

Esta etapa superada se la dedico a mis padres, que siempre fueron mi inspiración para no desistir y seguir siempre adelante con las mismas ganas del primer día.

A mis hermanos para demostrarles que, si se puede, con esfuerzo todo se puede.

Y a mi esposa que hizo parte de todo el proceso de principio a fin.

Agradecimientos

Al profesor Querubín Sánchez Martínez, quien nos guio durante este proceso, cuando el tiempo se nos hacía corto sus palabras fueron de gran ayuda para aterrizar nuestras ideas y continuar con seguridad hasta culminar esta gran etapa en la vida.

A la profesora Claudia Patricia Calderón Lozano que fue la persona que nos recibió al inicio de la carrera y nos dio su visto bueno al terminarla, estuvo presente al principio y al final.

A los compañeros que nos acompañaron a lo largo de la carrera, los que culminaron y los que no, de todos se aprendió un poco.

A mi esposa por apoyarme y acompañarme siempre hasta trasnochar si era necesario, por el tiempo que muchas veces no le pude dedicar.

Tabla de Contenido

	Pág.
Introducción.....	15
1. Análisis General de Sector.....	17
1.1 Descripción del Sector.....	17
1.2 Evolución del Sector	18
1.3 Tendencias del Sector.....	19
1.4 Identificación de Oportunidades y Amenazas	20
1.5 Marco Legal.....	21
1.6 Contexto Geográfico	23
2. Estudios de Mercados.....	25
2.1 Descripción del Producto o Servicio	25
2.1.1 Descripción, Usos y Especificaciones del Producto/Servicio.....	25
2.1.2 Atributos Diferenciadores.....	25
2.2 Segmento de Mercado	26
2.3 Estudio de la Demanda	27
2.3.1 Necesidades de Información	27
2.3.2 Tipo de Estudio	27
2.3.3 Enfoque.....	28
2.3.4 Fuentes de Información	28
2.3.5 Técnicas de Investigación	28
2.3.6 Instrumento para la Recolección de Información.....	28
2.3.7 Modo de Aplicación	28

2.3.8 Cálculo de la Muestra.....	28
2.3.9 Alcance	29
2.3.10 Tiempo de Aplicación.....	29
2.3.11 Tabulación, Presentación y Análisis de Resultados	29
2.3.12 Estimación de la Demanda Actual	38
2.3.13 Estimación de la Demanda Efectiva.....	38
2.3.14 Proyección de la Demanda para los Próximos Cinco Años.....	39
2.4 Análisis de la Oferta	40
2.5 Descripción del Producto o Servicio Mínimo Viable	41
2.5.1 Descripción, Usos y Especificaciones del Producto o del Servicio	41
2.5.2 Atributos Diferenciadores del Producto o del Servicio con Respecto a la Competencia.....	41
2.6 Estructura de Comercialización y de Distribución.....	41
2.7 Estrategia para Fijación de Precios	42
2.8 Relacionamiento con los Clientes	42
2.8.1 Estrategias de Comunicación.....	42
2.8.2 Presupuesto de Comunicación	42
3. Estudio Técnico.....	44
3.1 Tipo de Proyecto	44
3.2 Desarrollo Operativo del Proyecto.....	44
3.2.1 Ficha Técnica del Producto Mínimo Viable	44
3.2.2 Descripción y diagramación de actividades clave.....	45
3.2.3 Características del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST)...	48
3.2.4 Análisis Ambiental.....	49

3.2.5 Recursos Clave.....	49
3.2.6 Distribución de Planta	53
3.2.7 Localización.....	54
3.2.8 Control de Calidad.....	55
3.3 Capacidad del Proyecto	57
3.3.1 Capacidad Total Diseñada por Línea de Producto o Servicio	57
3.3.2 Capacidad Instalada.....	58
3.3.3 Capacidad Utilizada y Proyectada.....	58
4. Estudio Administrativo.....	60
4.1 Forma de Constitución	60
4.2 Estructura Organizacional	61
4.2.1 Misión.....	61
4.2.2 Visión.....	62
4.2.3 Valores Corporativos.....	62
4.2.4 Organigrama.....	62
4.2.5 Asignación Salarial.....	63
5. Estudio Financiero	65
5.1 Inversiones Fija Diferida	65
5.1.1 Inversión Fija	65
5.1.2 Inversión Diferida.....	69
5.2 Costos y Gastos.....	70
5.2.1 Costos de Prestación del Servicio	70
5.2.2 Gastos de Administración y Ventas	73

5.3 Capital de Trabajo	77
5.3.1 Periodo de Capital de Trabajo.....	77
5.3.2 Estructura del crédito.....	77
5.3.3 Cuadro Resumen del Capital de Trabajo	79
5.4 Inversión Total	79
5.5 Estructura de Capital	80
5.5.1 Recursos Propios	80
5.5.2 Recursos de Financiación	80
5.6 Precio de Venta	80
5.7 Estados Financieros Proyectados	81
5.7.1 Estado de Resultados Proyectado.....	81
5.7.2 Flujo de Fondos Proyectado.....	82
5.7.3 Estado de Situación Financiera Inicial y Proyectado	84
5.8 Evaluación Financiera	86
5.8.1 Razones Financieras	86
5.8.2 Indicadores de Viabilidad	89
5.9 Tamaño del Proyecto.....	92
Conclusiones.....	94
Recomendaciones	96
Referencias Bibliográficas.....	97
Apéndices	101

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Consumo en restaurantes	30
Tabla 2. Frecuencia de Compra	30
Tabla 3. Promedio de acompañantes.....	31
Tabla 4. Preferencias de alimentación	32
Tabla 5. Preferencias de alimentación	33
Tabla 6. Preferencias de alimentación	35
Tabla 7. Medio de comunicación.....	36
Tabla 8. Porcentaje de aceptación.....	37
Tabla 9. Proyección poblacional.....	39
Tabla 10. Proyección de la demanda actual a 5 años.....	39
Tabla 11. Demanda efectiva proyectada a 5 años.....	40
Tabla 12. Análisis de la competencia.....	40
Tabla 13. Presupuesto de lanzamiento	43
Tabla 14. Presupuesto de operación.....	43
Tabla 15. Ficha técnica del producto	44
Tabla 16. Ficha técnica del servicio.....	45
Tabla 17. Equipos de Oficina	50
Tabla 18. Equipos de cómputo y comunicación.....	50
Tabla 19. Herramientas, repuestos y accesorios	51
Tabla 20. Muebles y enseres.....	51

Tabla 21. Maquinaria y equipo	52
Tabla 22. Insumos directos.....	53
Tabla 23. Insumos indirectos.....	53
Tabla 24. Micro Localización Matriz benchmarking.....	55
Tabla 25. Capacidad utilizada y proyección.....	59
Tabla 26. Asignación Salarial.....	63
Tabla 27. Carga prestacional	64
Tabla 28. Equipo de oficina.....	65
Tabla 29. Equipo de computación y comunicación	66
Tabla 30. Maquinaria y equipo	67
Tabla 31. Muebles y enseres.....	67
Tabla 32. Herramientas, repuestos y accesorios	68
Tabla 33. Inversión Fija.....	68
Tabla 34. Inversión Diferida.....	69
Tabla 35. Prorrato entre costos y gastos.....	70
Tabla 36. Nomina Operativa (MOD)	71
Tabla 37. Costos Fijos de Operación	71
Tabla 38. Materiales directos.....	72
Tabla 39. Materiales Indirectos	72
Tabla 40. Costos Variables de Prestación del Servicio	73
Tabla 41. Costos Totales	73
Tabla 42. Nomina Administrativa.....	74
Tabla 43. Nómina de Ventas	74

Tabla 44. Gastos fijos de administración y ventas.....	76
Tabla 45. Gastos Variables de Administración y Ventas.....	76
Tabla 46. Total de Gastos de Administración y Ventas.....	77
Tabla 47. Amortización del Crédito.....	78
Tabla 48. Capital de trabajo.....	79
Tabla 49. Inversión total.....	79
Tabla 50. Estructura de capital	80
Tabla 51. Precio de venta	80
Tabla 52. Estado de resultados proyectado	81
Tabla 53. Flujo de fondos proyectados	82
Tabla 54. Situación financiera	84
Tabla 55. Razones de Liquidez.....	86
Tabla 56. Razones de Operación	87
Tabla 57. Razones de rentabilidad	88
Tabla 58. Razones de endeudamiento.....	88
Tabla 59. Calculo TMAR Mixta Deflactada	90
Tabla 60. Recuperación de la inversión	90
Tabla 61. Punto de equilibrio	91

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. Consumo en restaurantes	30
Figura 2. Frecuencia de compra.....	31
Figura 3. Promedio de acompañantes	32
Figura 4. Preferencias de alimentación	33
Figura 5. Presupuesto de compra	34
Figura 6. Ambientación del lugar	35
Figura 7. Medio de comunicación	36
Figura 8. Porcentaje de aceptación	37
Figura 9. Actividades clave	47
Figura 10. Distribución de planta.....	54
Figura 11. Organigrama	63
Figura 12. Punto de equilibrio	92

Lista de Apéndices

	pág.
Apéndice A. Encuesta	101
Apéndice B. Cotización SST	104

Resumen

Título: Factibilidad para la creación de una cadena de restaurantes de comida balanceada bajo el concepto real fooding ubicados en el área metropolitana de Bucaramanga*

Autor: Elkin Flórez Alarcón y Diego Andrés Súspez Cáceres**

Palabras Clave: Factibilidad, Comida Saludable, Restaurante.

Descripción: El siguiente documento de basa en un estudio de factibilidad para la creación de una cadena de restaurantes de comida balanceada bajo el concepto real fooding en zona urbana del área metropolitana de Bucaramanga llamado Protein Food, consta de 5 estudios fundamentales para conocer la viabilidad del proyecto.

El estudio de mercado permite establecer el público objetivo personas de 18 a 64 años en estratos 3.4.5 y 6 del AMB, conocer la competencia y calcular la demanda en cantidad de unidades a producir. a su vez el diseño de estrategias de relacionamiento para la prospección de los clientes.

El estudio administrativo diseña la estructura organizacional, sus diferentes cargos y el número de empleados necesarios para el proyecto. En el estudio técnico se determinó la ubicación, infraestructura y sus costos para determinar el valor de la inversión, también el cálculo de insumos anuales por plato. En el estudio financiero se determinó la inversión inicial, el precio final del producto (21.220) luego de impuestos, la recuperación de la inversión al cuarto año y viabilidad del proyecto por su alta rentabilidad.

* Trabajo de Grado

** Instituto de Proyección Regional de Educación a Distancia, Gestión Empresarial. Director: Querubín Sánchez Martínez. Profesional en gestión empresarial.

Abstract

Title: Feasibility for the creation of a chain of balanced food restaurants under the real fooding concept located in the metropolitan area of Bucaramanga.*

Author(s): Elkin Flórez Alarcón y Diego Andrés Suspez Cáceres**

Key Words: Feasibility, Healthy Food, Restaurant.

Description: The following document is based on a feasibility study for the creation of a chain of balanced food restaurants under the real fooding concept in the urban area of the metropolitan area of Bucaramanga called Protein Food, it consists of 5 fundamental studies to know the viability of the project.

The market study allows us to establish the target audience of people aged 18 to 64 in strata 3.4.5 and 6 of the AMB, to know the competition and to calculate the demand in terms of the number of units to be produced. In turn, the design of relationship strategies for customer prospecting.

The administrative study designs the organizational structure, its different positions and the number of employees necessary for the project. In the technical study, the location, infrastructure and its costs are determined to determine the value of the investment, as well as the calculation of annual inputs per plate. The financial study calculates the initial investment, the final price of the product (21,220) after taxes, the recovery of the investment in the fourth year and the viability of the project due to its high profitability.

* Degree Project.

** Institute of Regional Projection of Distance Education, Business Management.
Director: Querubín Sánchez Martínez. Professional in business management.

Introducción

El presente proyecto de factibilidad consta de la creación de una cadena de restaurantes de comida balanceada bajo el concepto real fooding en la zona Urbana del Área Metropolitana de Bucaramanga, la idea surge del analizar aquellas personas que deciden comprometerse con un estilo de vida más saludable del que llevan, mejorando sus hábitos alimenticios evidenciando la necesidad en el tiempo de su vida productiva que deben dedicar a cocinar y averiguar cuales alimentos resultan saludables y cuáles no. En su lugar surge la idea de preparar y comercializar comida deliciosa, fresca, nutritiva, llena de innovación y variación constante en sus sabores, que a su vez le facilite la obtención de todos los beneficios y las recompensas que conlleva una nutrición inteligente.

El estudio de factibilidad que conlleva el presente documento se encuentra dividido en 5 capítulos fundamentales: Análisis general del sector, estudio de mercados, estudio técnico, estudio administrativo y estudio financiero.

El primer capítulo del proyecto corresponde al análisis del sector que engloba la indagación de la situación actual de la economía en la gastronomía, el proceso evolutivo en el tiempo, tendencias que favorecen o afectan la creación de nuevos productos y marco normativo dentro del contexto nacional.

En el segundo capítulo mediante el estudio de mercados se busca la recolección de datos e información de mayor relevancia para establecer aspectos fundamentales como la estimación de la demanda del proyecto, el segmento de mercado y las estrategias necesarias para obtener la prospección de clientes.

Con la función de establecer los requerimientos y características técnicas a tener en cuenta para la creación y puesta en marcha del restaurante se realizó el estudio técnico del proyecto como herramienta fundamental para conocer los recursos necesarios.

Por medio del estudio técnico realizo el análisis necesario de los requerimientos técnicos recursos claves específicos para la producción, procesos sistematizados, establecimiento de procedimientos de producción para el procesamiento de alimentos, micro localización del negocio y organización de la planta, a su vez conociendo la capacidad instalada y diseñada para saber la cantidad de producción y realizar la proyección a 5 años.

El estudio financiero permite evaluar la rentabilidad del proyecto en datos estadísticos concretos como el estado de resultados, flujo de efectivo, tiempo de recuperación de la inversión y las razones financieras para concluir que tan favorable es la creación y puesta en marcha de la empresa.

1. Análisis General de Sector

1.1 Descripción del Sector

Los El restaurante pertenece al sector terciario o de servicios, contemplado dentro del código CIIU 5611, mediante el cual el propósito o razón de ser se define como la producción y preparación de alimentos reflejados en la carta o menú del día para ser consumidos de forma inmediata en el lugar o a domicilio (Dian-Rut, 2023).

El concepto de restaurante proviene del francés “restaurant”. El primer negocio llamado restaurante nace para el año 1765 como institución formalmente constituida, para antes de esta fecha solían ser ilegales, los cocineros del momento tenían que trabajar para la aristocracia hasta llegar la revolución que permitió que algunos de ellos terminaran estableciéndose por su cuenta y dando el inicio a la creación de centenares de restaurantes para la época (Apicius, 2016).

Así mismo el concepto de estilo de vida saludable es un término que suele estar muy de moda en pleno siglo XXI, sin embargo, su origen se traslada a finales del siglo XIX, concepto que se inventó por John Harvey Kellogg buscando implementar una lucha contra el sedentarismo e impulsar una dieta saludable rica en granos, nueces, verduras, yogurt y leche de soya ofreciendo a sus clientes comidas especiales, máquinas de hacer ejercicio y libros relacionados con la generación de bienestar como una oportunidad de explotar esta industria en beneficio propio de sus negocios (Berfield, 2017).

De esta manera para el presente siglo los hábitos alimenticios y la preocupación que tiene el individuo con los alimentos que decide escoger dentro de su plan de alimentación ha logrado tomar bastante importancia a la hora de pensar en temas complejos como la salud y las enfermedades. El creciente interés de las personas por implementar una dieta sana que les permita

alcanzar mejoras sustanciales en la salud empieza a generar nuevas tendencias en el consumo de alimentos y el aporte nutricional de los mismos (Munarriz, 2009).

Hoy en día los clientes acceden a buscar restaurantes para temas de celebraciones y compartir experiencias con familia y en pareja para disfrutar momentos especiales saliendo de la monotonía del día a día, sin embargo, el mercado suele estar saturado de mucha oferta que en algunas ocasiones no se alcanza a identificar si la elección cumple los requisitos esperados si no hasta el momento de la visita y degustación de los productos.

Con el pasar del tiempo se puede evidenciar que la buena alimentación y el consumo de alimentos con aporte nutricional alto y macronutrientes de calidad va teniendo mayor aceptación dentro del público objetivo, reflejado en la aparición de nuevos modelos de negocios enfocados en una propuesta de valor enfatizado al mejoramiento físico.

1.2 Evolución del Sector

En un mercado tan complejo como el actual, con un deseo de las personas por buscar implementar buenos hábitos alimenticios, con una amplia oferta gastronómica que se presenta en la ciudad, constantes creaciones de nuevos negocios enfocados al sector comida y restaurantes, lo que verdaderamente diferencia una alimentación saludable de una comida rápida o “chatarra” es la cantidad de nutrientes aportados en cantidades moderadas garantizando el aporte de micronutrientes como los carbohidratos, grasas, y proteínas; así mismo los macronutrientes como los minerales y vitaminas que el cuerpo requiere (Ministerio de Salud y protección Social, s.f.).

No se debe evadir u olvidar que se está participando en un modelo de alimentación que busca la implementación y adaptación de nuevos hábitos alimenticios sin que esto le resulte al individuo difícil de apropiar o de mantener durante el tiempo, este tipo de modelo de negocio actúa y ofrece un menú en base a un requerimiento diario personal de cada persona en el que la proteína

cumple un papel fundamental para la reparación y producción de células nuevas (MEDLINEPLUS, 2023).

Según como lo indica la revista Semana (2022), la moda Fit dispara el negocio de la comida saludable en el país, por lo que se evidencia un crecimiento de la preocupación de las personas por consumir alimentos libres de azúcares, grasas saturadas, gluten y conservantes que se definen en calorías vacías que no aportan nada bueno para el funcionamiento del cuerpo humano.

El mercado está teniendo una importante evolución no solo por el protagonismo o el papel que cumple el cliente en los últimos tiempos en su concientización por la buena alimentación, sino también por la educación que empresarios, figuras públicas, profesionales y creadores de contenido (Semana, 2022) han venido brindando para la más fácil difusión y comprensión sobre aspectos relacionados con la nutrición.

1.3 Tendencias del Sector

En el año 2021 un estudio realizado por la cámara de la industria de Alimentos de la ANDI permite evidenciar la tendencia que se manifiesta en las personas a la hora de elegir sus alimentos, lo que arroja como resultado una alta demanda de los alimentos con mayor valor nutricional y alto índice de proteína y calcio (ANDI, 2021), lo que permite deducir que la tendencia ha ido incrementando frente a la decisión de compra por calidad del producto lo que resulta representativo para una oferta de modelo de negocio enfocado a ofrecer comida altamente nutritiva.

Por otro lado, en el tema tecnológico las tendencias han ido tomando fuerza y valor en un mercado con una alta competencia por lo que muchos de los modelos de negocios ya existentes han optado por invertir en tecnología que les permita marcar un factor diferencial y que a su vez brinde un valor agregado al cliente para que sea de su agrado y percepción.

Dentro las tendencias gastronómicas con mayor evolución y de mayor fuerza se logra percibir la implementación de cocina fantasma, servicio delivery, brindar una experiencia gastronómica sin tener contacto con el cliente, digitalización de restaurantes, comida ecológica, saludable o vegetariana, gastronomía inmersiva, flexibilidad en los menús o al gusto del cliente, restaurantes con causas sociales y kits gastronómicos (Camarero10, 2022).

1.4 Identificación de Oportunidades y Amenazas

Oportunidades

Nuevo *mindset* de la alimentación saludable en Colombia: Según Andrés Bedoya, gerente de *We Organic* en Medellín, la concientización de los colombianos por adoptar buenos hábitos alimenticios manifiesta una tendencia en crecimiento y constante desarrollo evidenciado en un 78% de la población colombiana que se preocupa por adquirir productos de calidad (Semana, 2022).

Digitalización del sector restaurantes: La adquisición de nuevas tendencias en el sector gastronómico enfocado a ofrecer un servicio más completo y de mayor valor para el cliente representa una ventaja competitiva para todo aquel que decida hacer uso de ellas, en el mundo actual donde la tecnología marca un factor diferencial para el cliente a la hora de preferir un negocio de otro los pequeños detalles suelen verse reflejados en la mayor captación de clientes.

Flexibilidad en los menús: Esta es una práctica que ha tenido una muy buena aceptación por el público colombiano y se evidencia en los restaurantes que deciden tener como factor diferencial la oportunidad de que el cliente pueda agregar o desagregar productos y así mismo escoger la cantidad de los mismos, razón por la cual hacer uso de esta estrategia resulta una oportunidad de generar productos en base a la necesidad o requerimiento personal de cada individuo (Escuela Online de Marketing Gastronómico, 2023).

Amenazas

Informalidad del sector gastronómico: La informalidad representa un factor negativo para la creación de un nuevo modelo de negocio, la competencia informal ofrece productos de dudosa procedencia y que en muchas ocasiones no cumplen con los parámetros legales y la normatividad que deben garantizar para la operación en el sector de restaurantes, razón por la cual en muchos casos logran ofrecer productos de menor valor.

Encarecimiento e inflación de la materia prima: Sin duda alguna la subida de precios en la materia prima a implementar afecta directamente a proveedores, empresarios, trabajadores y finalmente al cliente, razón por la cual en ciertas épocas del año las ventas representan una montaña rusa dependiendo mucho de la situación actual en la que se encuentra el mercado, sin embargo, es un tema con el que se debe lidiar y sobrellevar la situación.

1.5 Marco Legal

Es de gran importancia las leyes y normatividad existente para el funcionamiento de establecimientos de gastronomía donde se preparen alimentos para consumo en este lugar.

Ley 9 de 1979: Esta ley establece una serie de normas sanitarias para el control y la prevención de agentes físicos, biológicos y/o químicos que alteren las características del ambiente exterior de las edificaciones (Minsalud, 1979).

Resolución número 005109 de 2005: Documento en el cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano (Ministerio de la Protección Social, 2005).

Decreto 1575 de 2007: El objeto del presente decreto es establecer el sistema para la protección y control de la calidad del agua, con el fin de monitorear, prevenir y controlar los riesgos para la salud humana causados por su consumo, exceptuando el agua envasada.

Aplica a todas las personas prestadoras que suministren o distribuyan agua para consumo humano, ya sea cruda o tratada, en todo el territorio nacional, independientemente del uso que de ella se haga para otras actividades económicas, a las direcciones territoriales de salud, autoridades ambientales y sanitarias y a los usuarios (Ministerio de la Protección Social, 2007).

Resolución 764 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 (Minsalud, 2013).

Norma Técnica Sectorial Colombiana: (NTS - USNA 007) norma sanitaria de manipulación de alimentos de 2017. Esta norma tiene por objeto establecer los requisitos sanitarios que se deben cumplir en los establecimientos de la industria gastronómica, para garantizar la inocuidad de los alimentos, durante la recepción de materia prima, preparación, almacenamiento, comercialización y servicio, con el fin de proteger la salud del consumidor. Esta norma es aplicable a todos los establecimientos de la industria gastronómica, a los productos preparados que se expendan en servicios de alimentos y bebidas (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2017).

Norma Técnica Sectorial Colombiana: (NTS-USNA 006 I): esta norma establece los requisitos relacionados con la infraestructura básica que deben tener los establecimientos de la industria gastronómica en áreas de servicio al cliente, áreas de producción y áreas de servicios generales (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012).

Ley 140 de 1994: La presente Ley establece las condiciones en que puede realizarse publicidad exterior visual en el territorio nacional.

Se entiende por publicidad exterior visual, el medio masivo de comunicación destinado a informar o llamar la atención del público a través de elementos visuales como leyendas, inscripciones, dibujos, fotografías, signos o similares, visibles desde las vías de uso o dominio público, bien sean peatonales o vehiculares, terrestres, fluviales, marítimas o aéreas. La presente ley tiene por objeto mejorar la calidad de vida de los habitantes del país, mediante la descontaminación visual y del paisaje, la protección del espacio público y de la integridad del medio ambiente, la seguridad vial y la simplificación de la actuación administrativa en relación con la publicidad exterior visual (Congreso de la República, 1994).

Ley 232 de 1995: Expresa que la obligación del cumplimiento de las normas de uso de suelo además de estar inmersa en normatividad local urbanística, nace en una norma de orden nacional, es decir que rige para todo el país: La Ley 232 de 1995 que señala como requisito para el funcionamiento de los establecimientos abiertos al público el cumplimiento de las normas de uso de suelo (Congreso de la República, 1995).

1.6 Contexto Geográfico

En el presente estudio de factibilidad se realizó en el área metropolitana de Bucaramanga, la cual fue creada por medio de la ordenanza 20 de 1981, ubicado en el departamento de Santander donde su municipio principal es Bucaramanga, capital del departamento, y los demás integrantes son: Piedecuesta, Floridablanca y Girón. El área metropolitana de Bucaramanga en su cabecera cuenta con aproximadamente 1.242.241 habitantes divididos de la siguiente manera: Bucaramanga 605.047 habitantes, Floridablanca 323.279 habitantes, Girón 155.666 habitantes y Piedecuesta 158.249 (DANE, 2023). Sus principales actividades económicas son la marroquinería, la confección, la ganadería, la avicultura, turismo, entre otras.

De acuerdo con el último informe entregado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE) para el mes de diciembre de 2022, la capital santandereana se destacó nuevamente a nivel nacional tras registrar la tasa de desempleo más baja del país.

Para el trimestre móvil diciembre 2022 – febrero 2023, de las 23 ciudades y áreas metropolitanas, las que presentaron mayores tasas de desempleo fueron: Quibdó (30,1%), Ibagué (19,3%) y Riohacha (17,9%). Las ciudades con menor tasa de desempleo fueron: Santa Marta (9,5%), Medellín A.M. (10,3%), y Manizales A.M. (10,7%). Situándose Bucaramanga y su área metropolitana con el 11,2% de desempleo (DANE, 2023).

2. Estudios de Mercados

2.1 Descripción del Producto o Servicio

2.1.1 Descripción, Usos y Especificaciones del Producto/Servicio

Protein Food se trata de un restaurante de comida “Fitness” mediante el cual busca ofrecer un menú a base de alimentos naturales poco procesados preparados con el mayor cuidado que garantice la mayor calidad en los platos y la cantidad necesaria de calorías.

El objetivo del establecimiento es permitir que todos disfruten de una propuesta de comida deliciosa, fresca, nutritiva, llena de innovación y variación constante en sus sabores, que a su vez le facilite la obtención de todos los beneficios y las recompensas que conlleva una nutrición inteligente.

Dentro de las opciones del menú se pueden encontrar sopas, bowls, desayunos, burritos, ensaladas, hamburguesas, snacks, postres y batidos, garantizando la inclusión de los macronutrientes necesarios para mantener una nutrición eficiente y balanceada.

La atención a la mesa es de forma tradicional y será realizada por medio de los meseros, desde la entrega del menú, la toma de pedido y entrega del mismo.

El servicio de restaurante será establecido en horarios de 11:00 am a 9:00 pm e inicialmente todos los días de la semana, su ubicación principal será en la ciudad de Bucaramanga cercana a Centros de acondicionamiento Físicos donde está el nicho de mercado que se busca atraer.

2.1.2 Atributos Diferenciadores

Como propuesta inicial se ofrece alimentos altamente nutricionales, naturales y poco procesados, pero las características que generan una diferenciación en el servicio y producto que se ofrece son:

- La opción de armar su plato según sus necesidades: partiendo de la evidencia donde se manifiesta que los requerimientos diarios esenciales dependen de la edad, el sexo, el peso y la actividad metabólica y física del individuo (Manual MSD, 2023), se busca brindar la opción al cliente de escoger y adicionar la cantidad de macronutrientes (proteína, carbohidrato y grasas) a la hora de armar su pedido.

- Variedad en el menú y constante creación de productos: el proyecto busca generar una diversa variedad de platos ofreciendo un menú completo y de fácil comprensión para el cliente. Buscando la constante creación de nuevos productos a incluir basados en las preferencias y necesidades del mercado;

Dentro de las características del proyecto también se encuentran:

- Temática Fitness saludable, ambiente fresco, con música agradable y espacios cómodos.
- Variedad en salsas que permiten mayor adaptación a una alimentación consiente
- Menú enfocado a tendencias del sector FIT.

2.2 Segmento de Mercado

El mercado potencial está enfocado en el área metropolitana de Bucaramanga, está conformada por Bucaramanga, Floridablanca, Girón y Piedecuesta. Su población es de 1.242.241 habitantes aproximadamente en su área urbana (DANE, 2023) a quienes les podría interesar el restaurante de comida saludable.

Se determinan como clientes objetivos personas que residen en el área urbana del área metropolitana de Bucaramanga; personas mayores de edad desde los 18 años hasta los 64 años de edad, ubicados en los estratos socioeconómicos 3,4,5 y 6.

El DANE realizó una estimación por rango de edades, mientras que el Informe de Gestión de la secretaria de Planeación de enero a marzo 2019 estima la cantidad de habitantes por estrato, para encontrar la cantidad de habitantes de los estratos 3, 4, 5 y 6, se utilizará una combinación de ambos criterios. Primero, se tomará el total de habitantes entre 18 a 64 años estimado por el DANE, 769.481 de los cuales los porcentajes de la cantidad de habitantes para los estratos 3, 4, 5 y 6 definida por el informe de gestión de la secretaria de planeación son 28,8%, 34,2%, 4,90% y 7,40%, respectivamente (Alcaldía de Bucaramanga, 2019).

En referencia a lo anterior, se puede concluir que en el caso urbano del área metropolitana de Bucaramanga habitan 769.481 personas entre las edades de 18 a 64 años al año 2023, de las cuales el 75,3% pertenecen a los estratos 3, 4, 5 y 6, es decir 579.419.

2.3 Estudio de la Demanda

2.3.1 Necesidades de Información

- Demanda anual de platos de comida para consumo inmediato
- Tipo de alimentación demandada por el segmento de mercado
- Temática de mayor aceptación en la decoración del restaurante
- Precio promedio pagado por cada plato de comida
- Población que acude a restaurantes
- Aceptación del segmento de mercado por la implementación del nuevo restaurante
- Demanda efectiva de consumo de alimentos en el nuevo restaurante
- Medios publicitarios más consultados por el segmento de clientes

2.3.2 Tipo de Estudio

El tipo de estudio es descriptivo, porque se pretende reunir y analizar información del público objetivo en base a conocer todos los aspectos importantes para la viabilidad del proyecto.

2.3.3 Enfoque

El enfoque es mixto, buscando recopilar y analizar la información por medio de fuentes primarias y secundarias e integrando los datos cualitativos necesarios para definir el producto mínimo viable y cuantitativos.

2.3.4 Fuentes de Información

Fuentes primarias. se realiza un cuestionario para la recolección de información en el cliente.

Fuentes secundarias: se utiliza información referente a proyectos de grados, uso de la biblioteca UIS, libros, entrevistas, páginas de internet y todos los documentos que se relacionen con la alimentación saludable.

2.3.5 Técnicas de Investigación

La técnica usada es el método de encuesta

2.3.6 Instrumento para la Recolección de Información

La herramienta para la recolección de información es la implementación de un cuestionario estructurado.

2.3.7 Modo de Aplicación

De forma directa, por medio de una Tablet de manera presencial.

2.3.8 Cálculo de la Muestra

Población: la conforman hombres y mujeres ubicados en el área metropolitana de Bucaramanga en la zona urbana en un rango de edad entre 18 a 64 años, pertenecientes a los estratos 3,4,5 y 6, para lo cual se determine una población objetivo de 579.419.

Muestreo aleatorio simple: en forma aleatoria se selecciona de los estratos 3, 4, 5 y 6 entre las edades de los 18 a 64 años, por medio de una encuesta presencial. Y Proyectado al 10% de la población.

z = nivel de confiabilidad del 95% = 1,96

p = probabilidad de éxito 50% = 0,5

q = probabilidad de fracaso 50% = 0,5

e = error estimado 8% = 0,08

N = Población objetivo = 579.419.

n = Número de muestra

$$n = \frac{p * q * Z^2 * N}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q} \Rightarrow n = \frac{0,5 * 0,5 * 1,96^2 * 579.419}{(579.419 - 1)0,08^2 + 0,5 * 0,5 * 1,96^2} = 150$$

El tamaño de la muestra es 150 encuestas a realizar de manera presencial

2.3.9 Alcance

El alcance está enfocado al Área Metropolitana de Bucaramanga

2.3.10 Tiempo de Aplicación

15 de mayo al 22 de mayo de 2023.

2.3.11 Tabulación, Presentación y Análisis de Resultados

Pregunta 1. ¿Compra platos de comida en restaurantes?

Tabla 1.*Consumo en restaurantes*

Pregunta	Frecuencia	Total
Si	139	93%
No	11	7%
Total	150	100%

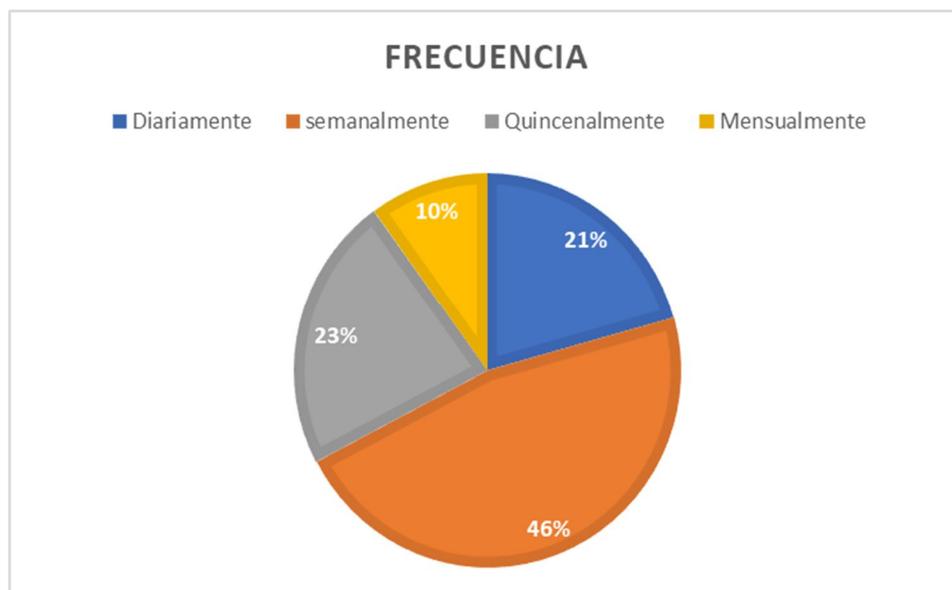
Figura 1.*Consumo en restaurantes*

El 93% de la población encuestada manifiesta la necesidad de comprar alimentos de consumo inmediato por fuera de casa, sin embargo, el 7% menciona no realizarlo.

Pregunta 2. ¿Con qué frecuencia compra en restaurantes?

Tabla 2.*Frecuencia de Compra*

Pregunta	Frecuencia	Total	Veces/ año	Frecuencia anual ponderada
Diariamente	31	21%	365	75,43
semanalmente	70	47%	52	24,27
Quincenalmente	34	23%	26	5,89
Mensualmente	15	10%	12	1,20
Total	150	100%		107,00

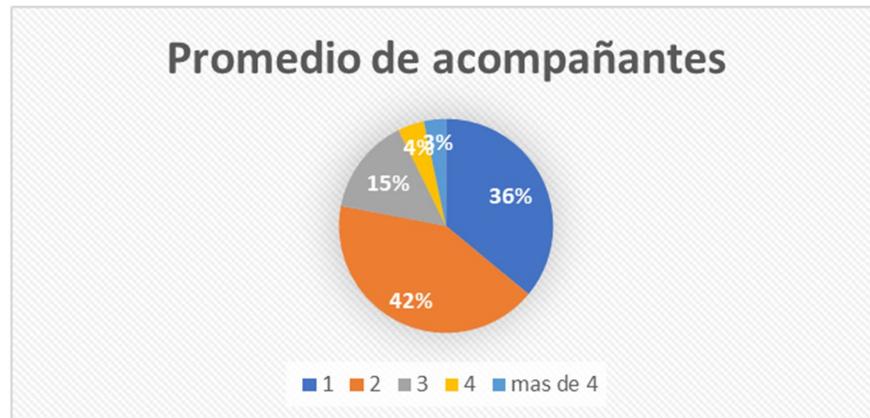
Figura 2.*Frecuencia de compra*

Después de aplicar la media a cada una de las respuestas se pudo estimar a través de un promedio ponderado que la frecuencia con la que las personas compran alimentos de consumo inmediato es de 107 veces en un año siendo este dato el número de frecuencia de compra anual.

Pregunta 3. ¿Cuántas personas le acompañan cuando asiste a un restaurante a alimentarse?

Tabla 3.*Promedio de acompañantes*

Pregunta	Frecuencia	Total	promedio ponderado
1	54	36%	0,36
2	63	42%	0,84
3	22	15%	0,44
4	6	4%	0,16
5	5	3%	0,17
Total	150	100%	1,97

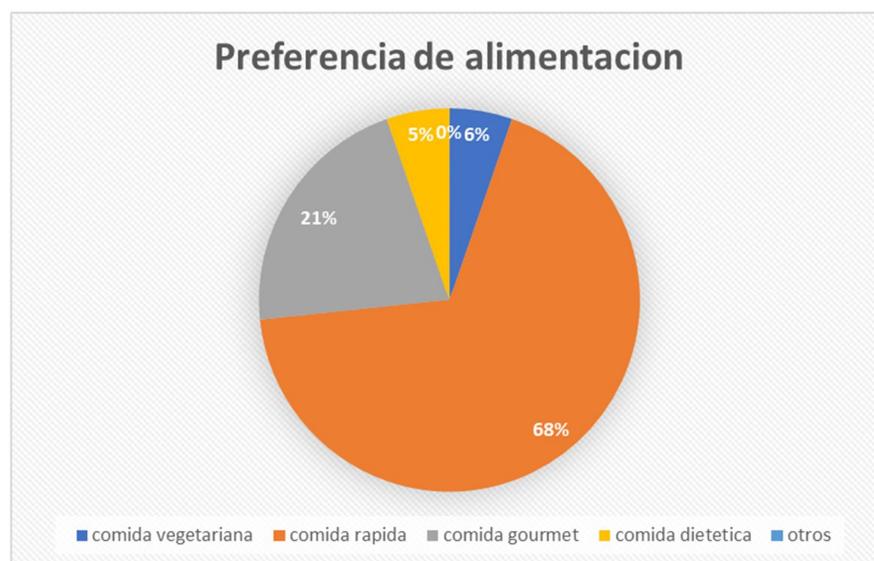
Figura 3.*Promedio de acompañantes*

Esta pregunta nos permite identificar el promedio de personas que acompañan a la hora de buscar alimentación por fuera de casa, para determinar el promedio se multiplicó el número de respuestas de cada opción presentada por la cantidad de personas que los acompañan dividiendo entre el total de respuestas encontradas, lo cual arroja que la media ponderada es 1,97 este dato resulta clave en el cálculo y estimación de la demanda.

Pregunta 4. ¿Cuándo asiste a comer a un restaurante, Qué tipo de alimentación prefiere?

Tabla 4.*Preferencias de alimentación*

Pregunta	Frecuencia	Total
comida vegetariana	8	5%
comida rápida	102	68%
comida gourmet	32	21%
comida dietética	8	5%
otros	0	0%
total	150	100%

Figura 4.*Preferencias de alimentación*

El presente gráfico permite identificar las preferencias del 68% de los encuestados, quienes prefieren como opción de alimentación la comida rápida, punto importante para la creación de nuestro menú en la implementación de alguna opción de hamburguesa Fit con alimentos naturales y baja en calorías.

Pregunta 5. ¿Cuánto paga en promedio por cada plato de comida?

Tabla 5.*Preferencias de alimentación*

Pregunta	precio	frecuencia	Total	Promedio ponderado
Menos de \$10,000 pesos	\$ 9.000,00	30	20%	\$ 1.800,00
Entre \$10,001 y \$20,000 pesos	\$ 15.000,00	42	28%	\$ 4.200,00
Entre \$20,001 y \$30,000	\$ 25.000,00	40	27%	\$ 6.666,67
Mas de \$30,001 pesos	\$ 31.000,00	38	25%	\$ 7.853,33
total		150	100%	\$ 20.520,00

Figura 5.

Presupuesto de compra

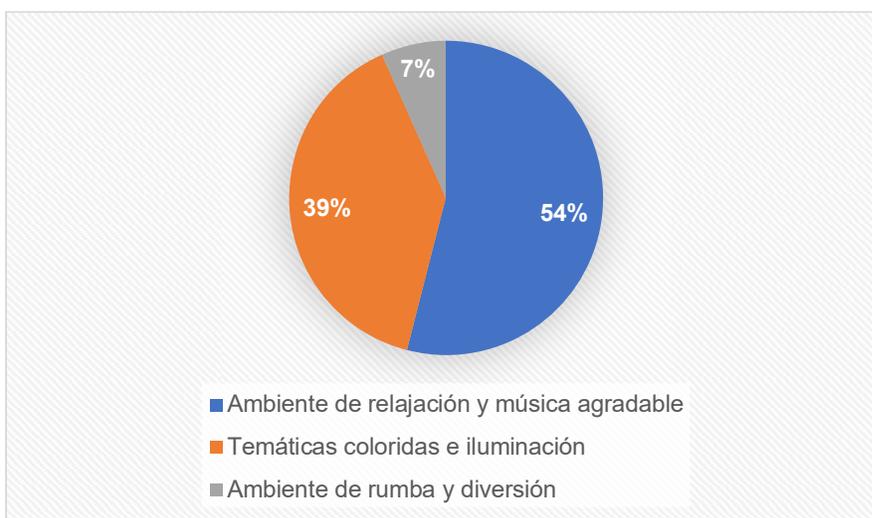


Este es un dato bastante relevante y de mucha importancia a la hora de pensar en la fijación de precios teniendo en cuenta lo que el cliente esté dispuesto a pagar en la creación del proyecto a implementar, El promedio ponderado sería de \$20.520,00, por lo que el precio podría estar en un rango similar cercano a este.

Pregunta 6. ¿Qué ambientación prefiere para el lugar donde acude a comer?

Tabla 6.*Preferencias de alimentación*

Pregunta	frecuencia	total
Ambiente de relajación y música agradable	81	54%
Temáticas coloridas e iluminación	59	39%
Ambiente de rumba y diversión	10	7%
total	150	100,00%

Figura 6.*Ambientación del lugar*

Basado en estas respuestas se puede definir el tipo de temática a implementar dentro del proyecto en base a las preferencias de las personas encuestadas, optando por combinar las dos opciones más elegidas por las personas como lo son ambiente de relajación, música agradable y temática colorida e iluminada para la puesta en marcha del restaurante.

Pregunta 7. ¿Cuál es el medio de comunicación que prefiere para conocer nuevos restaurantes?

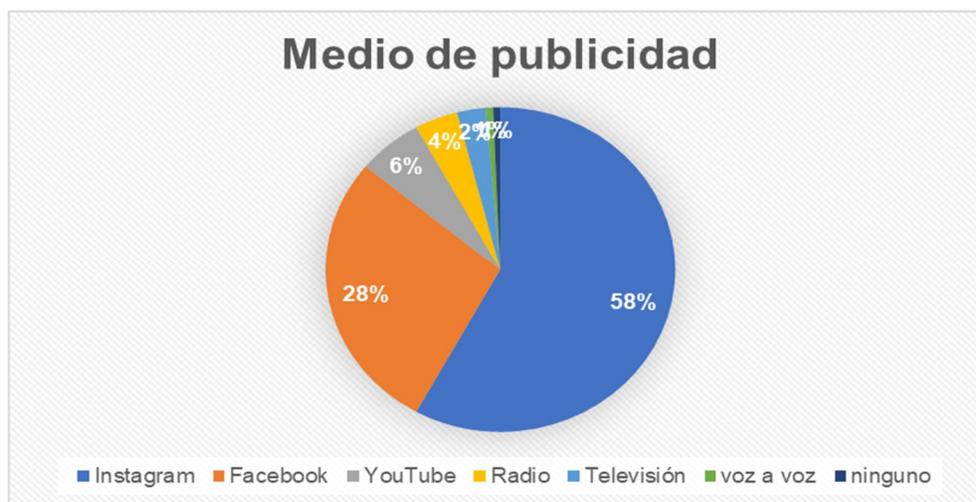
Tabla 7.

Medio de comunicación

Pregunta	Frecuencia	Total
Instagram	87	58%
Facebook	42	28%
YouTube	9	6%
Radio	6	4%
Televisión	4	3%
voz a voz	1	1%
ninguno	1	1%
Total	150	100%

Figura 7.

Medio de comunicación



Estas respuestas permiten identificar el medio de comunicación más frecuentado a la hora de visualizar o buscar publicidad relacionada con la gastronomía de la zona o ciudad de residencia, motivo por el cual Instagram con el 58% de la votación sería el medio por el cual se implementen

estrategias de marketing digital enfocadas al tema fitness y como aliados creadores de contenidos involucrados en el segmento fit.

Pregunta 8. ¿Utilizaría el servicio de un nuevo restaurante de comida fitness en el Área Metropolitana de Bucaramanga?

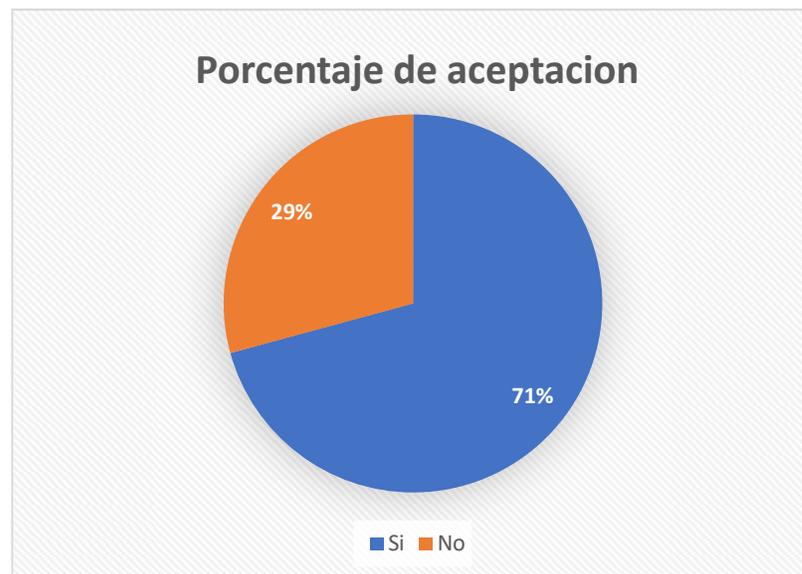
Tabla 8.

Porcentaje de aceptación

Pregunta	Frecuencia	Total
Si	106	71%
No	44	29%
Total	150	100%

Figura 8.

Porcentaje de aceptación



Esta consulta permite identificar el porcentaje de personas que estarían de acuerdo y la posible demanda que tendría el restaurante (70.67%) y (29.33%) de la población encuesta no serían participes de la oferta de comida fitness.

2.3.12 Estimación de la Demanda Actual

Con las respuestas obtenidas de la encuesta, se realizó la estimación de la demanda. N = 579.419.

Este valor surge del total de habitantes entre 18 a 64 años estimado por el DANE, y realizando el cálculo de la cantidad de habitantes que se encuentran en estratos 3,4,5 y 6 en el Área Metropolitana de Bucaramanga.

Mercado objetivo: 579.419. (numeral 2.2.)

Porcentaje de compra de alimentos preparados: 93% (pregunta 1)

Frecuencia de compra anual: 107 (pregunta 2)

Numero de acompañantes promedio: 1.97 (pregunta 3)

Demanda actual = SDM* % Población * frecuencia de compra anual * (número de acompañantes promedio + 1)

Demanda actual = 579.419.* 93% *107 * 1,97

Demanda actual = 113.586.230 unidades de comida anual.

2.3.13 Estimación de la Demanda Efectiva

Demanda Efectiva = Demanda actual * % de aceptación del nuevo servicio.

Demanda Actual: 113.586.230 unidades de comida anual

% de aceptación nuevo servicio: 71% (pregunta 9)

Demanda Efectiva = 113.586* 70,76%

Demanda Efectiva = 80.646.233 Platos de comida anual.

2.3.14 Proyección de la Demanda para los Próximos Cinco Años

Crecimiento proyectado de la población del Área Metropolitana de Bucaramanga. Para estimar el crecimiento de la población de los estratos 3, 4, 5 y 6 de edades entre 18 a 64 años, se tomará la información del DANE y se multiplicará con el porcentaje que representan los habitantes de estratos 3,4,5 y 6 que pertenecen en el año 2023. Siendo este indicador de 75,30%.

Tabla 9.

Proyección poblacional

Descripcion	2023	2024	2025	2026	2027	2028	media ponderada
Habitantes del area metropolitana de Bucaramanga	769481,00	829141,00	835377,00	840447,00	844755,00	849085,08	
Crecimiento poblacional año tras año		1,08	1,01	1,01	1,01	1,01	1,02
Indicador aplicado para determinar poblacion	75,30%	75,30%	75,30%	75,30%	75,30%	75,30%	
Total	579419,193	624343,173	629038,88	632856,59	636100,52	639361,07	

Teniendo en cuenta el cálculo de la demanda actual en el año se consumen 113.580.230 platos de comida anual; a este valor le aplicamos el índice de crecimiento poblacional de la población objetivo del 1.02% calculado en la tabla anterior, a continuación, se evidencia la proyección de la demanda actual a 5 años:

Tabla 10.

Proyección de la demanda actual a 5 años

AÑO	FORMULA	DEMANDA PROYECTA
1	$F=113.586*(1+1,02\%)^1$	114.744.809
2	$F=113.586*(1+1,02\%)^2$	115.915.206
3	$F=113.586*(1+1,02\%)^3$	117.097.542
4	$F=113.586*(1+1,02\%)^4$	118.291.936
5	$F=113.586*(1+1,02\%)^5$	119.498.514

Según el cálculo realizado de la demanda efectiva se consumirán en el año 80.646.223 platos de comida; sobre este valor aplicamos la fórmula evidenciada en la tabla:

Tabla 11.*Demanda efectiva proyectada a 5 años*

AÑO	FORMULA	DEMANDA PROYECTADA
1	$F=113.586*(1+1,02\%)^1$	81.468.815
2	$F=113.586*(1+1,02\%)^2$	82.299.797
3	$F=113.586*(1+1,02\%)^3$	83.163.947
4	$F=113.586*(1+1,02\%)^4$	113.586.230
5	$F=113.586*(1+1,02\%)^5$	

2.4 Análisis de la Oferta

Mediante el análisis de la competencia en el sector de la comida saludable se realizó una investigación para determinar las variables que permiten caracterizar las empresas que participan en el segmento, lo cual se ve reflejado en la siguiente tabla de caracterización de la oferta:

Tabla 12.*Análisis de la competencia*

VARIABLES	Freshii	Eat Well	Oh my Bowl
Sedes en Bucaramanga	Cra 37 N 53- 51 Local 1 y Centro Comercial Caracolí Local 401	Cl, 52 #35A-36	Cr. 35 #44-16 y CC Cacique 4 Piso
Menú	Postres, Sopas, Bowls, Desayunos, Burritos, Ensaladas, Hamburguesas, Snacks, Jugos, Smoothies, Bebidas y Plan detox	Desayunos, Sándwiches, Wraps, Ensaladas, Bowls y Bebidas	Bowls, Parfait, Sándwiches, Pancakes, Tostadas y Bebidas
Cobertura	Nivel Internacional	Nivel Local	Nivel local
Rango de precios	\$4.000 - \$30.000	\$4.000 - \$28.000	\$4.000 - \$25.000
Atributos diferenciadores	Variedad en su menú, Franquicias con alta cobertura, Posicionamiento en	Es un restaurante de buenas porciones, cantidades saciantes	Amigables con el medio ambiente, su decoración y ambiente del lugar

		el mercado, y precios	
		diversidad e	acequibles
		inclusión	
Horarios de atención	de	9:30 am a 9:30 pm	8 a 11:15am., 4 a 7:00am a 5:00pm
Días abiertos		Lunes a lunes	Lunes a sábado Martes a Domingo

2.5 Descripción del Producto o Servicio Mínimo Viable

2.5.1 Descripción, Usos y Especificaciones del Producto o del Servicio

El producto se mantiene con idénticas características a lo descrito en el numeral 2.1.1 respecto a sus características principales y variables de diferenciación.

2.5.2 Atributos Diferenciadores del Producto o del Servicio con Respecto a la Competencia

Después de estudiar la competencia se considera como estrategia o atributo diferenciador implementar lo siguiente:

- Optimización del tiempo de espera del cliente: esto se permite realizar frente a la estimación de los alimentos mayormente demandados por el cliente para la venta diaria del negocio, es decir estimar cantidades de los alimentos que se utilizan para la realización de los pedidos y tenerlos exhibidos ya preparados a buena temperatura en una mesa de presentación para optimizar el tiempo de preparación de la orden del cliente.

2.6 Estructura de Comercialización y de Distribución

Para el proyecto de comida balanceada se considera acertado la elección del canal de comercialización directo, mediante el cual el fabricante vende directamente sus productos al cliente final, sin necesidad de intermediarios (Vendus, 2023).

2.7 Estrategia para Fijación de Precios

La estrategia acertada para la fijación de precios se basa en el costo agregando un margen de utilidad para obtener un precio de venta razonable que asegure la ganancia y permita adaptarse a cada momento de crecimiento de la empresa.

2.8 Relacionamiento con los Clientes

2.8.1 Estrategias de Comunicación

Creación de contenido en redes sociales: esta práctica permite llegar al consumidor final creando contenido de interés general en el público objetivo relacionado siempre sobre como alimentarse en función de un propósito de recomposición corporal o de mejorar la salud. Así mismo las pautas en las redes sociales con gente que se dedica a crear contenido y relacionada directamente con el fitness para dar a conocer la idea y atraer gran parte de su comunidad.

Página web: la creación de una página web como estrategia de comunicación principal que permita dar a conocer al cliente la propuesta de valor, el menú del restaurante e información importante acerca de la empresa.

Entrega de volantes: esta estrategia puede resultar útil para la captación de clientes nuevos siempre y cuando vaya orientado hacia ese nicho de mercado que se busca atraer, consiste en entregar información valiosa de lanzamiento a las salidas de los centros de acondicionamiento físicos acompañados de una promoción o un descuento especial presentando el volante recibido.

2.8.2 Presupuesto de Comunicación

Presupuesto de lanzamiento.

Para el lanzamiento del restaurante y dar a conocer la propuesta se busca implementar la distribución de material impreso, publicidad en Instagram y Facebook como las redes sociales de

mayor preferencia evidenciado en la encuesta, además buscar la colaboración de un influencer fitness que deguste y cree contenido sobre los productos que se ofrecen.

Tabla 13.

Presupuesto de lanzamiento

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR
Volantes a Color media carta	10.000	\$ 115	\$ 1.150.000
Publicidad en Instagram	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Contratación Dj y animación	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Pauta con influencer	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Bono degustación a invitados Fitness	30	\$ 25.000	\$ 750.000
Diseño de logotipo	1	\$ 620.000	\$ 620.000
Bono degustación primeros clientes	100	\$ 10.000	\$ 1.000.000
TOTAL			\$ 5.520.000

Presupuesto de operación.

Para el presupuesto de operación anual solo se tendrá en cuenta la publicidad con Facebook e Instagram.

Tabla 14.

Presupuesto de operación

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Imanes para nevera	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Publicidad en Instagram	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Personal entrega de volantes	\$ 100.000	\$ 1.200.000
TOTAL	\$ 400.000	\$ 4.800.000

3. Estudio Técnico

3.1 Tipo de Proyecto

La factibilidad para la creación de una cadena de restaurantes de comida balanceada es un proyecto dedicado a la producción y preparación de comida, por lo tanto, es un proyecto que pertenece al sector terciario o de prestación de servicios.

3.2 Desarrollo Operativo del Proyecto

Protein Food es un proyecto que ofrece platos de comida preparada a la mesa, y su cuantificación se realiza en unidades de servicio, lo cual es igual a platos de comida producidos en el año.

3.2.1 Ficha Técnica del Producto Mínimo Viable

Tabla 15.

Ficha técnica del producto

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO	
Producto principal	Hamburguesa Clásica FIT
Diseño	
Especificaciones técnicas	Carne magra 125g, cebolla caramelizada en Stevia, Pan de sagú, queso bajo en grasa, jamón de pavo, aguacate y tomate. Acompañado de salsa de yogurt griego
Empaque	Vajilla tradicional para la mesa y empaque biodegradable para llevar
Vida útil	Consumase en un tiempo inferior a 30 minutos

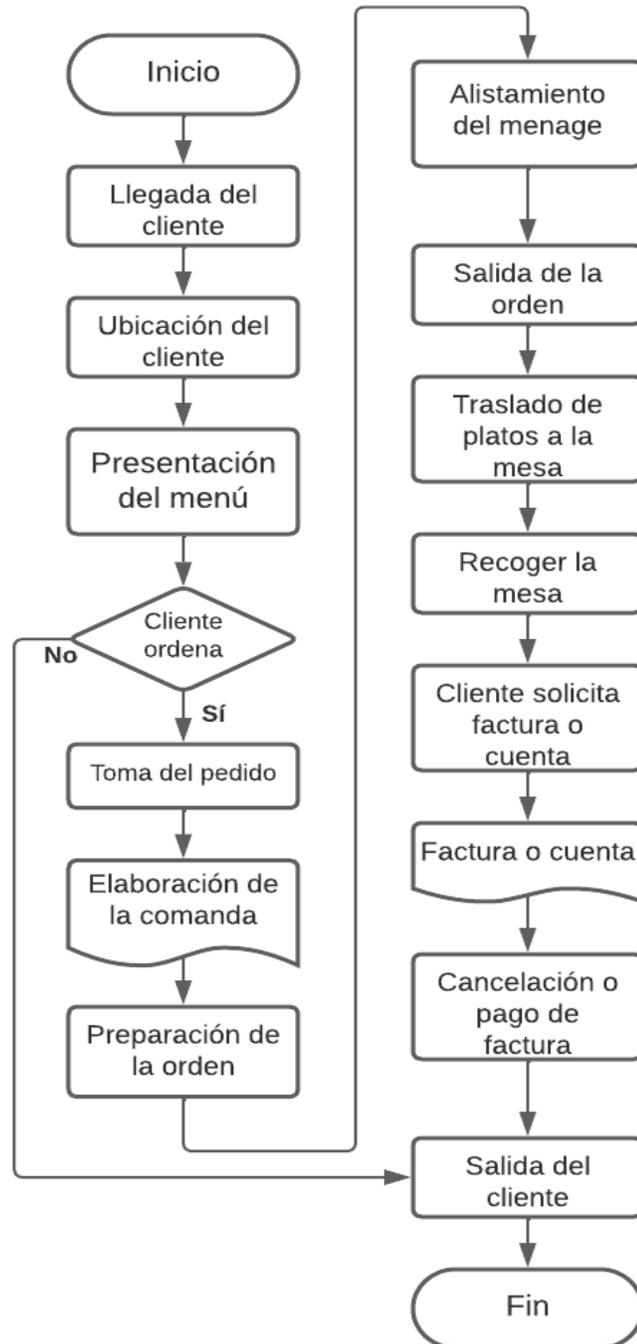
Tabla 16.*Ficha técnica del servicio*

FICHA TECNICA DEL SERVICIO		
NOMBRE DEL SERVICIO		Servicio de restaurante de comida saludable incluyendo alimentos naturales
DESCRIPCION TECNICA DEL SERVICIO	DEL	Expendio de comidas preparadas
UNIDAD DE MEDIDA		Numero de platos preparados
DESCRIPCION GENERAL DEL SERVICIO	DEL	Establecimiento dedicado a la preparación, venta, elaboración, producción, distribución y comercialización de comidas saludables a base de alimentos naturales poco procesados preparados con el mayor cuidado garantizando la mayor calidad en los platos y la cantidad necesaria.
RESPONSABLE DEL SERVICIO		Mesero
JEFE INMEDIATO DEL SERVICIO		Gerente
PRINCIPIO DE OPORTUNIDAD		Optimización del tiempo de espera del cliente
CONTROL DE CALIDAD		Normas técnicas para restaurantes, Encuesta realizada por el mesero, sistema PQR
HORARIO DEL SERVICIO		11:00 am a 9:00pm todos los días.
FORMAS DE PAGO		Contado
MEDIOS DE PAGO		Plataformas digitales, Efectivo, Tarjetas débito o crédito

3.2.2 Descripción y diagramación de actividades clave.

- Llegada del cliente: el cliente llega e ingresa al establecimiento.
- Recepción del cliente: se da bienvenida al cliente y seguido se informa disponibilidad de mesas de acuerdo a su necesidad.
- Ubicación del cliente: se dirige al cliente a la mesa seleccionada seguida de su acomodación en la mesa adecuada de acuerdo al número de acompañantes.
- Presentación del menú: se presenta al cliente la carta en físico o código QR para su respectiva revisión y elección de platos deseados.

- Toma del pedido: el mesero encargado se acerca a la mesa a tomar la orden de los comensales, también sugiriendo platos recomendados por el restaurante.
- Elaboración de comanda: el jefe de cocina recibe la orden de los platos para su elaboración.
- Preparación de la orden: se procede a elaborar los platos solicitados por los clientes con todas las normas de calidad y salubridad, teniendo en cuenta el tiempo estimado para su respectiva elaboración.
- Alistamiento del menaje: el mesero se encarga de llevar a la mesa las bebidas, cubiertos, servilletas y aderezos
- Salida de la orden: se notifica al respectivo mesero que la orden ya está lista para ser llevada a la mesa.
- Traslado de los platos a la mesa: el mesero se encarga que la orden sea correcta de acuerdo a lo que solicitó el cliente y lo traslada a la mesa.
- Recoger la mesa: una vez que el cliente termina de comer el mesero se encarga de retirar los platos de forma rápida y organizada.
- Solicitud y entrega de la cuenta: cuando el cliente lo solicite se le lleva la factura.
- Cancelación de la cuenta: el cliente realiza el pago de la cuenta al mesero, se agradece su visita.
- Salida del cliente: se despide el cliente.

Figura 9.*Actividades clave*

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

Estándares mínimos para empresas, empleadores y contratantes con 10 o menos trabajadores. Clasificadas con riesgo III deben cumplir los siguientes estándares:

- Asignación de persona que diseña el sistema de gestión SST, que cuente con licencia mínimo vigente y experiencia mínima de un año.
- Afiliación al sistema de seguridad social integral, salud, pensión y riesgos laborales.
- Capacitación en SST: elaborar y ejecutar programa o actividades de capacitación, que incluya como mínimo lo referente a peligro/ riesgos y medidas de prevención y control.
- Plan anual de trabajo: Plan anual de trabajo de SST, firmado por el contratante en el que mencionen objetivos, metas, responsabilidades, recursos y cronograma anual.
- Evaluaciones medicas ocupacionales: de acuerdo a la normatividad y riesgos/peligros del trabajador.
- Identificación de peligros; evaluación y valoración de riesgos: acompañamiento de la ARL
- Medidas de prevención y control frente a peligros/riesgos identificados: Ejecutar medidas de prevención y control de peligros y riesgos.

La cotización y la implementación del SST estuvo a cargo de Leidy Johana Utrera Mariño, Tecnóloga en seguridad y salud en el trabajo, de igual forma la ejecución del mismo estará a cargo de ella y la empresa con la cual labora.

El valor del diseño, la documentación y la asesoría de los requisitos mínimos para la implementación del SST es de \$450.000 con un tiempo de mes y medio, así mismo el seguimiento

y asesoría, capacitación trimestral tiene un valor de \$180.000. Se anexa cotización al final del documento en la sesión de Anexos.

3.2.4 Análisis Ambiental

La evaluación del impacto ambiental en el que incurre el proyecto tendrá un valor inicial de \$2'500.000 y a su vez el presupuesto anual que se determinó para mitigar el impacto ambiental del negocio es de \$6'000.000. Este valor fue determinado por un profesional en el área de HSEQ de la empresa SEGIMA mediante una cotización realizada por medios telefónicos.

3.2.5 Recursos Clave

Talento humano.

CARGO	ÁREA	CANTIDAD
Gerente	Administrativa/Comercial	1
Auxiliar Administrativa	Administrativa/Comercial	1
Mesero	comercial	2
Chef	Producción	1
Auxiliar de cocina	Producción	2
Contador	Contabilidad	1

Infraestructura. A continuación, se presentarán los recursos físicos necesarios para llevar a cabo el proyecto como son: equipo de oficina, equipo de computación y comunicación, maquinaria y equipo, muebles y enseres de operación y herramientas que se emplearán en todas las áreas funcionales de la empresa.

Tabla 17.*Equipos de Oficina*

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES GENERALES
Escritorio gerencia	1	Dimensiones: 160cm x 75cm x 70cm
Escritorio auxiliar	1	Blanco duquesa cuatro entrepaños
Sillas de escritorio	2	Reclinable ergonómico color negro
Silla fija oficina	2	Medida espaldar: 80 alto x 50 ancho x 40 fondo
Archivador	1	3 cajones, 69cm x 37cm x 50cm
Aire acondicionado	1	Aire Acondicionado On/Off 9000 BTU 220V WIFI
Juego de mesa y sillas	10	Mesa 90x60 sillas en propileno

Tabla 18.*Equipos de cómputo y comunicación*

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES GENERALES
Computador de escritorio	1	All in One HP 21.5" Pulgadas dd20191a - Intel Core i3 - RAM 8GB - Disco SSD 256 GB - Negro
Computador portátil	1	ASUS 15,6" Pulgadas X515EA - Intel Core i3 - RAM 8GB - Disco SSD 512 GB - Gris
Impresora multifuncional	1	HP 2775 Desk Jet Ink Advantage Blanco
Teléfono fijo	2	Teléfono Panasonic KX-TGC360 inalámbrico
Impresora POS	1	Impresora Térmica Pos 80mm Alta Velocidad Corte Automático
Amplificador de sonido	1	paquete de sistema de sonido con altavoces de montaje en superficie Pure Resonance Audio S3
Televisor	2	Samsung 43 Pulgadas Smart TV
Monedero electrónico	1	Cajón Monedero Electrónico Pos Punto De Venta Cd350 3nstar 110v

Tabla 19.*Herramientas, repuestos y accesorios*

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES
Set de herramientas 250 piezas	1	250 piezas: 1 martillo saca clavos de 13 oz, 16 llaves allen (hexagonales), 29 llaves de dado, 22 puntas de 25 mm con 2 racks, 6 llaves punta corona (8, 10, 11, 13, 14, 15 mm, 1 chicharra (mando) de 10 mm (3/8 pulgadas), 1 blow mold case.

Tabla 20.*Muebles y enseres*

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES
Estante	2	Estante metálico multiusos, 90x160x40
Mesa de trabajo	1	Mesa de 2mts, en acero inoxidable con entrepaño
Mesa de lavado	1	Acero Inoxidable
Caldero	1	Aluminio 15 litros
Caldero	3	Aluminio 7 litros
Juego de cuchillos	1	8 piezas
Set de utensilios	1	6 piezas
Tabla para picar	3	Tabla de polipropileno de alta densidad
plato plano	40	Porcelana
Bowl	40	Tazones de porcelana
Set de cubiertos	8	de 6 puestos acero inoxidable
Batería de ollas	1	Set en acero inoxidable de 12 piezas IIKO Prime
Vasos	40	Vasos de vidrio 350 ml
Salero	10	Vidrio
Extintor	1	Extintor de químico seco 5 libras
Botiquín	1	Botiquín empotrable de primeros auxilios
Servilletero	10	Acrílico

Tabla 21.*Maquinaria y equipo*

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES
Refrigerador	1	Refrigerador + Congelador Industrial Vertical 2en1 para negocio, 650 litros, 330 Litros para refrigeración y 230 litros para congelación
Estufa	1	Estufa Industrial A Gas 4 Puestos
Licuada Industrial	1	Licuada industrial acero inoxidable 304 para 15 litros motor de 1 hp 1 velocidad, voltaje 110 v
Campana extractora	1	Campana extractora industrial de escape de ventilación para cocina
Vitrina	1	Vitrina refrigerada y baño maría, vidrio curvo
Horno eléctrico	1	Horno Eléctrico De Convección 4 Bandejas Pallomaro Tornado
Asador plancho industrial	1	Grande en platina de hierro, Dimensiones: 50 x 44 x 22 cm. Plancha: 49 x 33 cm
Cafetera	1	Cafetera OSTER Espresso con molino integrado
Batidora de pedestal	1	Batidora de pedestal KitchenAid Professional 5 Plus Series KV25G0X empire red 60 Hz 120 V

Materiales, insumos o mercancías.

Los insumos que se mencionan hacen referencia al producto que se eligió para el desarrollo del proyecto y que se encuentra detallado en la ficha técnica del producto (numeral 3.2.1) denominado Hamburguesa Clásica FIT.

Tabla 22.*Insumos directos*

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD POR UNIDAD	CANTIDAD AÑO 1
Carne magra	Kilo	0,1250	5.400
Pan de Sagú	Paquete 4 unidades	0,2500	10.800
Queso bajo en grasa	Paquete de 16 unidades	0,0625	2.700
Jamón de pavo	Paquete 20 unidades	0,1000	4.320
Aguacate	kilo	0,0800	3.456
Cebolla	Kilo	0,0500	2.160
Tomate	Kilo	0,0250	1.080
Yogurt griego	Litro	0,0100	432

Tabla 23.*Insumos indirectos*

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD POR UNIDAD	CANTIDAD AÑO 1
Mantequilla Ghee Clarificada	640g	0,0015625	68
Aceite de oliva	litro	0,0005	22
Sal	kilo	0,0010	43
Stevia	kilo	0,005	216
Vinagre de Módena	litro	0,0050	216
Finas hierbas	kilo	0,0010	43
Ajo rallado	kilo	0,0002	9

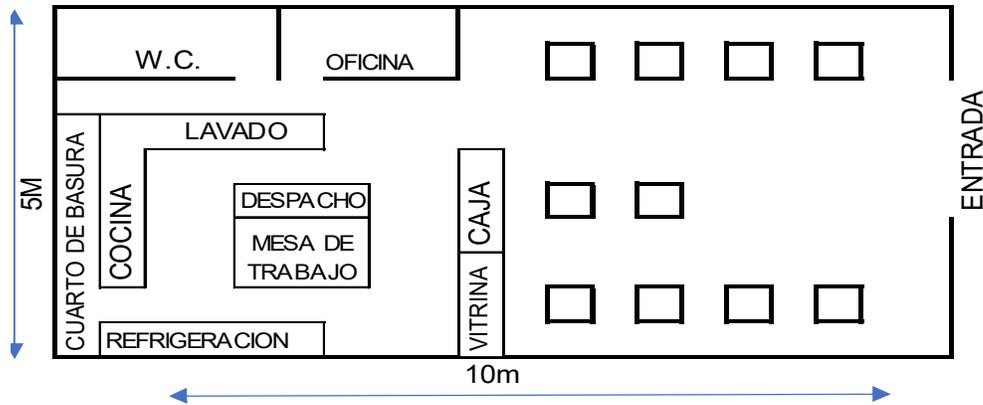
3.2.6 Distribución de Planta

A continuación, se evidencia la planta física del restaurante que cuenta con 50 metros cuadrados, el cual consta de 10 mesas cada una de 4 sillas, 2 baños, 1 oficina, la cocina, lavado de platos, refrigeración de alimentos, mesa de trabajo y a su lado el sitio de despacho, además de

cuarto de basura o desechos, una vitrina de exhibición de alimentos preparados para el consumo del día y su caja.

Figura 10.

Distribución de planta



3.2.7 Localización

Macro localización.

El restaurante de comida balanceada estará ubicado en el país Colombia, departamento Santander, inicialmente su sede principal estará ubicada en el municipio de Bucaramanga buscando una localización estratégica de mayor afluencia del público objetivo estratos 3, 4, 5 y 6 y en lugares cercanos a centros de acondicionamiento físico o una zona gastronómica.

Micro localización.

Hace referencia a precisar el lugar donde se ubicará el negocio dentro de la región para hacer la distribución de la planta física.

En este proyecto la ubicación exacta del punto físico se encuentra condicionada por dos variables consideradas de mayor influencia para la elección como pueden ser: ubicación estratégica cerca a centros de acondicionamiento físico, o comunas de alto valor para la percepción

del cliente y alta recurrencia de personas a la hora de buscar experiencias gastronómicas. Junto a estas variables también se debe tener en cuenta la facilidad de acceso al lugar y cercanía con la gran parte de la población objetivo. Por lo anteriormente mencionado se consideró importante las siguientes ubicaciones:

- CC Acrópolis
- Barrio Cabecera
- Barrio Antonia Santos

Para la selección de la ubicación más acertada se analizaron las variables de mayor influencia para la elección, y se asignó un valor de importancia a cada ítem siendo 1 el menos favorables y 10 el más positivo. La suma de cada valor permite identificar el valor más alto y la ubicación más acertada: en este caso Ciudadela Real de Minas.

Tabla 24.

Micro Localización Matriz benchmarking

FACTOR	PESO	CALIFICACIÓN		
		CC Acrópolis	Cabecera del llano	Antonia Santos centro
Proximidad mercado objetivo	20%	9,00	6,00	7,00
Presencia de la competencia	10%	7,00	6,00	7,00
Proximidad a proveedores	10%	8,00	8,00	8,00
Precio de arriendo	15%	8,00	6,00	8,00
Accesibilidad	15%	10,00	10,00	10,00
Afluencia de clientes	20%	9,00	9,00	8,00
Zona de parqueo	10%	6,00	7,00	7,00
TOTALES	100%	8,40	7,50	7,90

3.2.8 Control de Calidad

El control de la calidad en el sector gastronómico cumple un papel fundamental no solo en la satisfacción al cliente, sino también para garantizar la higiene de los alimentos, la calidad y la

conservación de los nutrientes de los mismos (Salguero, 2023), en función de mantener el cuidado e inocuidad de todos los elementos que componen el servicio de expendio de comida preparada se determinan los siguientes controles y estrategias para el cumplimiento:

- Teniendo como aspecto principal de la inocuidad de los alimentos se debe garantizar el correcto almacenamiento de los mismos, garantizar una adecuada instalación que la componen aspectos fundamentales como la temperatura adecuada para conservar los alimentos y las bebidas a ofrecer.

- Desinfección e Higiene: el aseo y la limpieza de la empresa será una tarea a ejecutar diariamente, sin embargo, se debe establecer 2 días especiales del mes dedicados a desinfectar minuciosamente la maquinaria y equipo que hacen parte fundamental del proceso de la elaboración y preparación de alimentos.

- Mantenimiento y revisión mensual de maquinaria e infraestructura del negocio: 1 día al mes se plantea realizar la revisión técnica de cada componente esencial ubicado dentro de la organización sea en el área de producción o comercial, para garantizar el correcto funcionamiento de sillas, mesas e infraestructura en general y garantizar una experiencia agradable para el cliente.

- Purificación del agua: garantizar la pureza del agua por medio de un filtro como insumo esencial para el proceso de lavado, desinfección y preparación de los alimentos y las bebidas que se pretenden comercializar dentro de la empresa.

- Garantizar el consumo de las proteínas en el rango de temperatura adecuado: como parte fundamental de cocción de los alimentos y evitar una intoxicación de los clientes que pueda generar malestar.

- Capacitación a los responsables del control de calidad dentro del restaurante destacando los principios básicos de microorganismos, conservación, higiene y manipulación de los alimentos.
- Implementar encuesta de satisfacción rápido y sencillo: Implementar encuestas de satisfacción al cliente y ofrecer alguna compensación sencilla por realizarlo, por medio de esta brindar la opción de una calificación al servicio ofrecido por el mesero y a su vez calificación de la opción del menú que escogió.
- Buzón de sugerencias para presentación de PQRS, quejas, reclamos, felicitaciones, recomendaciones o críticas constructivas que puedan ser de alto valor para la constante evolución del servicio ofrecido para fortalecer relaciones con el cliente.

3.3 Capacidad del Proyecto

3.3.1 Capacidad Total Diseñada por Línea de Producto o Servicio

Se entiende como el nivel máximo de producción al que puede llegar una organización, su medida o cuantificación se da en unidades de la hamburguesa clásica FIT servidos anualmente y para este proyecto se logra establecer a partir de datos claves como el tiempo que dura un cliente en el restaurante y el horario de atención del negocio.

40 sillas

30 minutos duración del cliente en el restaurante

10 horas de atención al público 11:00 am a 9:00pm = 600 minutos al día

600 minutos / 30 minutos duración del cliente = 20 servicios en el día

40 sillas * 20 servicios en el día = 800 hamburguesas FIT / día

800 * 365 = 292.000 Hamburguesas FIT/ año

3.3.2 Capacidad Instalada

Para el cálculo de la capacidad instalada es importante aclarar que el restaurante siempre contara con 40 sillas para el servicio a la mesa. El horario de atención al cliente será todos los días de 11:00 am a 9:00pm, con la excepción de los días feriados como jueves y viernes santos, 8 y 25 de diciembre y el 1 enero en los que no habrá servicio en el establecimiento.

40 sillas

30 minutos duración del cliente en el restaurante

10 horas de atención al público 11:00 am a 9:00pm = 600 minutos al día

600 minutos / 30 minutos duración del cliente = 20 servicios en el día

40 sillas * 20 servicios en el día = 800 hamburguesas FIT / día

800 * 360 días = 288,000

3.3.3 Capacidad Utilizada y Proyectada

Para la estimación de la capacidad utilizada de este proyecto, se realizó la observación e investigación sobre una empresa similar de venta de comida saludable nueva en el mercado mediante línea telefónica e información personal lo cual arrojó los siguientes datos para el cálculo del porcentaje de ocupación:

1140 platos de comida vendidos en un mes

Horario de atención: lunes a sábado 8:00 am a 10:00pm

Numero de sillas: 28

Tiempo que dura el cliente: 30 minutos

24 servicios x silla al día * 28 sillas disponibles

capacidad diseñada del negocio observado x día = 672

672 * 26 días que abren al mes = 17.472 unidades de plato al mes

Para el porcentaje de ocupación se dividió 17.472 / 1140 platos de comida que vendieron al mes = 15 % de ocupación

Capacidad utilizada para Protein Food: capacidad instalada * % de ocupación

Capacidad utilizada: 288.000* 15 %

Capacidad utilizada: 43.200 hamburguesas clásicas FIT/ año (para el primer año.

Tabla 25.

Capacidad utilizada y proyección

AÑO	PORCENTAJE ANUAL DE OCUPACION	CAPACIDAD UTILIZADA
1	15,0%	43200
2	15,5%	44640
3	16,0%	46080
4	16,5%	47520
5	17,0%	48960

4. Estudio Administrativo

4.1 Forma de Constitución

El tipo de sociedad elegida Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S.), por la facilidad que tiene a la hora de ser constituida y de funcionar, antes de decir las ventajas y las características de este tipo de sociedad veremos a ver una breve reseña de ella, fue introducida por la ley 1258 de 2008 (Congreso de la República, 2008), su naturaleza es comercial, puede constituirse unilateralmente y además se formaliza mediante documento privado, lo que significa que no es necesario ir a una Notaría a hacer escritura pública. Este tipo de sociedad nace con la intención de estimular la creación de empresa en Colombia, ya que cuenta con más flexibilidad para establecer sus reglas de funcionamiento y simplicidad al momento de constituirla. Algunas de sus características son (Gómez, 2023):

- Es unipersonal o la pueden integrar varios accionistas.
- Se constituye mediante documento privado
- Término de duración indefinido.
- Objeto social indeterminado, lo que te permite desarrollar cualquier actividad lícita.
- Limitación de la responsabilidad por obligaciones fiscales y laborales.
- Voto múltiple.
- Libertad de organización.
- No es obligatoria la revisoría fiscal, ni la junta directiva, lo cual es valioso para emprendimientos, ya que ahorra un gasto.
- Elimina límites sobre distribución de utilidades.

Y las ventajas de la Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S.) son:

- El proceso es más ágil e implica menores costos.
- Si es una sola persona, se puede constituir una empresa con el objetivo de darle más credibilidad a su negocio.
- Es más fácil acceder a fondos de Venture Capital, pues ya se tiene acciones para entregarle a los inversionistas y unos estatutos para gobernar la sociedad que son o se pueden volver más flexibles.
- El emprendedor no se ve obligado a crear la junta directiva, ni tampoco a cumplir ciertos requisitos como la pluralidad de socios.
- Al ser más flexible y no está tan regulada, permite elegir las normas que más convengan a los intereses del emprendimiento.
- Existe libertad para que la sociedad establezca las condiciones y proporciones en que se realice el pago del capital.
- Si por alguna situación se llega a liquidar la empresa, los accionistas solo responderán a sus acreedores por el monto de los aportes.
- Hay exclusiones jurisprudenciales en materia de defraudación al fisco y a los empleados, donde no solo se responde por el capital aportado.
- Si algún accionista no está cumpliendo con lo pactado, existe la posibilidad de pactar en los estatutos de la SAS, la exclusión de accionistas, como una figura de autorregulación donde, en determinadas situaciones, la sociedad pueda forzar la salida de sus accionistas.

4.2 Estructura Organizacional

4.2.1 Misión

Brindar a nuestros clientes la mejor experiencia gastronómica bajo el concepto de Protein Food. Con el más alto valor agregado, creando un ambiente acogedor y armonioso. Prestando un

servicio ágil, personalizado y siempre con responsabilidad social, sumándonos a la economía local, apoyando a los pequeños productores, cocinando con alimentos más orgánicos y frescos.

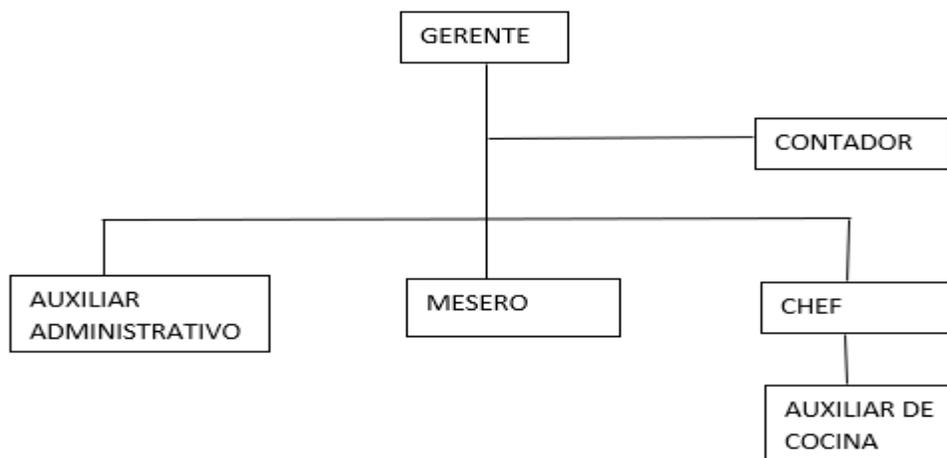
4.2.2 Visión

Crecer a nivel departamental, conservando siempre nuestra calidad, atención y servicio, haciendo de la experiencia Natural Food algo que se quiera repetir. Además de llegar a más clientes creando un hábito alimenticio saludable y balanceado siendo la primera opción en el segmento de la comida saludable.

4.2.3 Valores Corporativos

- Excelencia
- Calidad
- Responsabilidad
- Confianza
- Honestidad
- Solidaridad.

4.2.4 Organigrama

Figura 11.*Organigrama*

4.2.5 Asignación Salarial

La mayoría del equipo que conforma el talento humano de la organización será contratada bajo el salario mínimo, a excepción del gerente, chef y contador que tendrán contratos y salarios diferentes según su importancia y el rol que cumplen dentro de la organización.

Tabla 26.*Asignación Salarial*

CARGO	SUELDO	SUBSIDIO TRANSPORTE	TIPO DE CONTRATO	N.º PUESTOS
Gerente	\$ 2.088.000	\$ 140.606	T. INDEFINIDO	1
Auxiliar Administrativo	\$ 1.160.000	\$ 140.606	T. INDEFINIDO	1
Mesero	\$ 1.160.000	\$ 140.606	T. INDEFINIDO	2
Auxiliar de cocina	\$ 1.160.000	\$ 140.606	T. FIJO	2
Chef	\$ 2.900.000	\$ 0	T. INDEFINIDO	1
Contador	600.000	\$ 0	P. SERVICIOS	1

Tabla 27.*Carga prestacional*

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

Nota: el valor de la ARL varía según la clase de riesgo laboral, siendo para el área comercial y administrativa del 0,500% y del 2,436% para el personal de producción.

5. Estudio Financiero

5.1 Inversiones Fija Diferida

5.1.1 Inversión Fija

Los activos fijos necesarios inicialmente para la puesta en marcha del proyecto se encuentran clasificados en Equipo de oficina, Equipo de comunicación y computación, Maquinaria y equipo, Muebles y enseres y Herramientas, repuestos y accesorios.

Tabla 28.

Equipo de oficina

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Escritorio gerencia	1	\$ 539.000	\$ 539.000	\$ 107.800	
Escritorio auxiliar	1	\$ 189.000	\$ 189.000	\$ 37.800	\$ 0
Sillas de escritorio	2	\$ 278.900	\$ 557.800	\$ 111.560	\$ 0
Silla fija oficina	2	\$ 129.900	\$ 259.800	\$ 51.960	\$ 0
Archivador	1	\$ 509.000	\$ 509.000	\$ 101.800	\$ 0
Botiquín	1	\$ 130.900	\$ 130.900	\$ 26.180	\$ 0
Aire acondicionado	1	\$ 1.169.000	\$ 1.169.000	\$ 213.800	\$ 100.000
Extintor	1	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 7.200	\$ 0
Juego de mesa y sillas	10	\$ 500.000	\$ 5.000.000	\$ 940.000	\$ 300.000
TOTALES			\$ 8.390.500	\$ 1.598.100	\$ 400.000

Tabla 29.*Equipo de computación y comunicación*

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Computador de escritorio	1	\$ 1.899.000	\$ 1.899.000	\$ 309.800	\$ 350.000
computador portatil	1	\$ 1.599.000	\$ 1.599.000	\$ 259.800	\$ 300.000
Impresora multifuncional	1	\$ 369.000	\$ 369.000	\$ 61.800	\$ 60.000
Telefono fijo	2	\$ 199.900	\$ 399.800	\$ 79.960	\$ 0
Impresora POS	1	\$ 269.780	\$ 269.780	\$ 32.374	\$ 0
Amplificador de sonido	1	\$ 5.328.000	\$ 5.328.000	\$ 852.480	\$ 1.000.000
Televisor	2	\$ 1.146.000	\$ 2.292.000	\$ 458.400	\$ 0
Monedero electronico	1	\$ 169.999	\$ 169.999	\$ 34.000	\$ 0
TOTALES			\$ 12.326.579	\$ 2.088.613	\$ 1.710.000

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Computador de escritorio	1	\$ 1.899.000	\$ 1.899.000	\$ 309.800
computador portatil	1	\$ 1.599.000	\$ 1.599.000	\$ 259.800
Impresora multifuncional	1	\$ 369.000	\$ 369.000	\$ 61.800
Telefono fijo	2	\$ 199.900	\$ 399.800	\$ 79.960
Impresora POS	1	\$ 269.780	\$ 269.780	\$ 32.374

Amplificador de sonido	1	\$ 5.328.000	\$ 5.328.000	\$ 852.480
Televisor	2	\$ 1.146.000	\$ 2.292.000	\$ 458.400
Monedero electronico	1	\$ 169.999	\$ 169.999	\$ 34.000
TOTALES			\$ 12.326.579	\$ 2.088.613

Tabla 30.*Maquinaria y equipo*

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Refrigerador	1	\$ 9.000.000	\$ 9.000.000	\$ 1.620.000	\$ 900.000
Estufa	1	\$ 815.000	\$ 815.000	\$ 163.000	\$ 0
Licuada Industrial	1	\$ 1.590.000	\$ 1.590.000	\$ 298.000	\$ 100.000
Campana extractora	1	\$ 7.420.000	\$ 7.420.000	\$ 1.384.000	\$ 500.000
Vitrina	1	\$ 7.890.000	\$ 7.890.000	\$ 1.478.000	\$ 500.000
Horno eléctrico	1	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 740.000	\$ 200.000
Asador plancha industrial	1	\$ 977.900	\$ 977.900	\$ 195.580	\$ 0
Cafetera	1	\$ 2.199.000	\$ 2.199.000	\$ 419.800	\$ 100.000
Batidora de pedestal	1	\$ 2.229.000	\$ 2.229.000	\$ 445.800	
TOTALES			\$ 36.020.900	\$ 6.744.180	\$ 2.300.000

Tabla 31.*Muebles y enseres*

ACTIVO	CANTIDA D	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENT O
Estante	2	\$ 279.900	\$ 559.800	\$ 111.960	\$ 0
Mesa de trabajo	1	\$ 1.700.000	\$ 1.700.000	\$ 340.000	\$ 0
Mesa de lavado	1	\$ 1.620.000	\$ 1.620.000	\$ 324.000	\$ 0
Caldero	1	\$ 128.000	\$ 128.000	\$ 25.600	\$ 0
Caldero	3	\$ 79.900	\$ 239.700	\$ 47.940	\$ 0
Juego de cuchillos	1	\$ 126.000	\$ 126.000	\$ 25.200	\$ 0
Set de utensilios	1	\$ 58.800	\$ 58.800	\$ 11.760	\$ 0
Tabla para picar	3	\$ 88.400	\$ 265.200	\$ 53.040	\$ 0
plato plano	40	\$ 5.800	\$ 232.000	\$ 46.400	\$ 0
bowl	40	\$ 15.900	\$ 636.000	\$ 127.200	\$ 0
Set de cubiertos	8	\$ 68.900	\$ 551.200	\$ 110.240	\$ 0
Batería de ollas	1	\$ 326.900	\$ 326.900	\$ 65.380	\$ 0
Vasos	40	\$ 3.299	\$ 131.960	\$ 26.392	\$ 0
Salero	10	\$ 6.900	\$ 69.000	\$ 13.800	\$ 0
Servilleter o	10	\$ 24.500	\$ 245.000	\$ 49.000	\$ 0
Botiquín	1	\$ 130.900	\$ 130.900	\$ 26.180	\$ 0
Extintor	1	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 7.200	\$ 0
TOTALES			\$ 7.056.460	\$ 1.411.292	\$ 0

Tabla 32.

Herramientas, repuestos y accesorios

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Set de herramientas 250 piezas	1	\$ 209.900	\$ 209.900	\$ 41.980	\$ 0
TOTALES			\$ 209.900	\$ 41.980	\$ 0

Tabla 33.

Inversión Fija

ACTIVO	VALOR TOTAL
Equipo de oficina	\$ 8.390.500
Equipo de computación y comunicación	\$ 12.326.579
Maquinaria y equipo	\$ 36.020.900
Construcciones y edificaciones	\$ 0
Muebles y enseres operativos	\$ 7.056.460
Herramientas, repuestos y accesorios	\$ 209.900
Inventario de mercancía	\$ 0
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 64.004.339

5.1.2 Inversión Diferida

Inversiones de intangibles preoperativos que incurrirá la empresa antes de iniciar las actividades normales, como estudios de prefactibilidad, estudios impactos ambientales del proyecto, estudio implementación del SG-SST, constitución, costos identidad corporativa -logo, eslogan, marca, papelería, etc.- patentes, código de barras, licencias, costos de instalaciones, capacitación de personal, lanzamiento de la empresa, entre otros.

Tabla 34.

Inversión Diferida

CONCEPTO	VALOR
Estudio de Factibilidad	\$ 1.500.000
Licencia de funcionamiento	\$ 100.000
Escritura de Constitución	\$ 200.000
Registro de libros y documentos	\$ 200.000
Estudio impacto ambiental	\$ 2.500.000
Diseño del SG-SST	\$ 350.000
Software contable	\$ 1.560.000
Adecuaciones-Remodelaciones	\$ 35.000.000
Publicidad Lanzamiento	\$ 5.520.000
Diseño de identidad corporativa	\$ 600.000
Diseño del sitio web	\$ 1.000.000
TOTAL, INVERSIÓN DIFERIDA	\$ 48.530.000
Amortización anual	\$ 9.706.000
Amortización mensual	\$ 808.833

El rubro de mayor valor dentro de la inversión diferida Adecuaciones – remodelaciones (35'000.000) hace referencia a la remodelación de fachadas, pisos, paredes, adecuación del negocio, Instalación de iluminación interior y exterior, y todo lo necesario para adecuar el lugar para llenar las expectativas del prototipo de adecuación que se desee.

5.2 Costos y Gastos

5.2.1 Costos de Prestación del Servicio

Los costos y los gastos se implementan mediante un prorrateo entre costos de prestación del servicio y Gastos de administración y ventas.

Tabla 35.

Prorrateo entre costos y gastos

RUBRO	PORCENTAJE COSTO	PORCENTAJE GAV	VALOR MES
Arriendo	80%	20%	\$ 4.500.000
Acueducto	80%	20%	\$ 200.000
Energía	80%	20%	\$ 400.000
Gas	100%	0%	\$ 250.000
Teléfono	0%	100%	\$ 100.000
Mitigación impacto ambiental	0%	100%	\$ 500.000
Internet	0%	100%	\$ 120.000
Seguros	50%	50%	\$ 150.000

Costos fijos.

Tabla 36.

Nomina Operativa (MOD)

CARGO	PORCENTAJE	Auxiliar de cocina	Chef
SUELDO		\$ 1.160.000	\$ 2.900.000
SUB.TRANSP		\$ 140.606	\$ 0
Cesantías	8,333%	\$ 108.379	\$ 241.657
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 13.006	\$ 29.000
Prima de servicios	8,333%	\$ 108.379	\$ 241.657
Vacaciones	4,167%	\$ 54.190	\$ 120.829
Salud	8,500%	\$ 98.600	\$ 246.500
Pensión	12,000%	\$ 139.200	\$ 348.000
ARL	0,500%	\$ 5.800	\$ 14.500
SENA	2,000%	\$ 23.200	\$ 58.000
ICBF	3,000%	\$ 34.800	\$ 87.000
Caja de compensación	4,000%	\$ 46.400	\$ 116.000
Dotación	5,000%	\$ 58.000	\$ 145.000
SALARIO REAL		\$ 1.990.561	\$ 4.548.143
Nº DE PUESTOS		2	1
COSTO TOTAL MOD		\$ 47.773.459	\$ 54.577.710

Tabla 37.

Costos Fijos de Operación

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
Arriendo	\$ 3.600.000	\$ 43.200.000
Seguros	\$ 75.000	\$ 900.000
Teléfono	\$ 0	\$ 0
Internet	\$ 0	\$ 0
Depreciación operativa	\$ 683.121	\$ 8.197.452
TOTALES	\$ 4.358.121	\$ 52.297.452

Costos variables de Prestación del servicio.

Los insumos que se mencionen a continuación hacen referencia a la hamburguesa Clásica FIT sobre la cual se realiza el desarrollo del proyecto, con base en esta opción del menú se definen los materiales directos e indirectos.

Tabla 38.

Materiales directos

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Carne magra	Kilo	5.400	\$ 22.550	\$ 121.770.000
Pan de Sagú	Paquete 4 unidades	10.800	\$ 9.700	\$ 104.760.000
Queso bajo en grasa	Paquete de 16	2.700	\$ 9.690	\$ 26.163.000
Jamón de pavo	Paquete 20	4.320	\$ 9.990	\$ 43.156.800
Aguacate	kilo	3.456	\$ 8.000	\$ 27.648.000
Cebolla	Kilo	2.160	\$ 4.154	\$ 8.972.640
Tomate	Kilo	1.080	\$ 4.220	\$ 4.557.600
Yogurt griego	kilo	432	\$ 28.990	\$ 12.523.680
COSTO TOTAL ISNUMOS O MATERIA PRIMA				\$ 349.551.720

Tabla 39.

Materiales Indirectos

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Mantequilla Ghee Clarificada	640g	68	\$ 48.782	\$ 3.292.785
Aceite de oliva	litro	22	\$ 53.900	\$ 1.164.240
Sal	kilo	43	\$ 2.590	\$ 111.888
Stevia	kilo	216	\$ 5.560	\$ 1.200.960
Vinagre de Módena	litro	216	\$ 60.500	\$ 13.068.000
Condimento Finas hierbas	kilo	43	\$ 43.600	\$ 1.883.520
Ajo rallado	kilo	9	\$ 13.000	\$ 112.320
COSTO TOTAL MATERIALES INDIRECTOS				\$ 20.833.713

Tabla 40.

Costos Variables de Prestación del Servicio

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
MOD	\$ 8.369.323	\$ 100.431.880
Materiales directos	\$ 29.129.310	\$ 349.551.720
Materiales indirectos	\$ 1.736.143	\$ 20.833.713
Acueducto	\$ 160.000	\$ 1.920.000
Energía	\$ 320.000	\$ 3.840.000
Gas	\$ 250.000	\$ 3.000.000
Asesor técnico	\$ 0	\$ 0
Mantenimiento de maquinaria y equipo	\$ 180.364	\$ 2.164.363
TOTALES	\$ 40.145.140	\$ 481.741.676

Costos totales.

Tabla 41.

Costos Totales

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
COSTOS FIJOS	\$ 3.155.339	\$ 37.864.072
COSTOS VARIABLES	\$ 40.304.385	\$ 483.652.620
TOTALES	\$ 43.459.724	\$ 521.516.692

5.2.2 Gastos de Administración y Ventas

Gastos fijos de administración y ventas

Tabla 42.*Nomina Administrativa*

CARGO	PORCENTAJE	Gerente	Auxiliar Administrativo
SUELDO		\$ 2.088.000	\$ 1.160.000
SUB.TRANSP		\$ 140.606	\$ 140.606
Cesantías	8,333%	\$ 185.710	\$ 108.379
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 22.286	\$ 13.006
Prima de servicios	8,333%	\$ 185.710	\$ 108.379
Vacaciones	4,167%	\$ 92.855	\$ 54.190
Salud	8,500%	\$ 177.480	\$ 98.600
Pensión	12,000%	\$ 250.560	\$ 139.200
ARL	0,500%	\$ 10.440	\$ 5.800
SENA	2,000%	\$ 41.760	\$ 23.200
ICBF	3,000%	\$ 62.640	\$ 34.800
Caja de compensación	4,000%	\$ 83.520	\$ 46.400
Dotación	5,000%	\$ 104.400	\$ 58.000
SALARIO REAL		\$ 3.445.966	\$ 1.990.561
Nº DE PUESTOS		1	1
COSTO TOTAL NÓMINA	\$ 65.238.327	\$ 41.351.597	\$ 23.886.730

Tabla 43.*Nómina de Ventas*

CARGO	PORCENTAJE	-	
		Mesero	
SUELDO		\$ 0	\$ 1.160.000
SUB.TRANSP		\$ 0	\$ 140.606
Cesantías	8,333%	\$ 0	\$ 108.379
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 0	\$ 13.006

Prima de servicios	8,333%	\$ 0	\$
			108.379
Vacaciones	4,167%	\$ 0	\$
			54.190
Salud	8,500%	\$ 0	\$
			98.600
Pensión	12,000%	\$ 0	\$
			139.200
ARL	0,500%	\$ 0	\$ 5.800
SENA	2,000%	\$ 0	\$
			23.200
ICBF	3,000%	\$ 0	\$
			34.800
Caja de compensación	4,000%	\$ 0	\$
			46.400
Dotación	5,000%	\$ 0	\$
			58.000
SALARIO REAL		\$ 0	\$
			1.990.561
N° DE PUESTOS		-	
			2
COSTO TOTAL NÓMINA	\$ 47.773.459	\$ 0	\$
			47.773.459

Tabla 44.*Gastos fijos de administración y ventas*

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Nómina administrativa	\$ 5.436.527	\$ 65.238.327
0	\$ 0	\$ 0
Arriendo	\$ 4.500.000	\$ 54.000.000
Acueducto	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Energía	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Gas	\$ 250.000	\$ 3.000.000
Teléfono	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Internet	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Administración redes sociales	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Mantenimiento del sitio web o tienda virtual	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Nombre de dominio	\$ 0	
Hosting o servidor	\$ 0	
Certificado de seguridad (SSL)	\$ 233.333	\$ 2.800.000
Licencias tecnológicas	\$ 0	
Seguros	\$ 75.000	\$ 900.000
Publicidad operativa	\$ 400.000	\$ 4.800.000
Contador	\$ 600.000	\$ 7.200.000
Asesoría SG-SST	\$ 233.333	\$ 2.799.996
Papelería	\$ 50.000	\$ 600.000
Cafetería	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Mitigación impacto ambiental	\$ 0	\$ 0
Matrícula mercantil	\$ 25.000	\$ 300.000
Amortización de diferidos	\$	\$
	870.500	10.446.000
Depreciaciones	\$	\$
administrativas	307.226	3.686.713
TOTALES	\$	\$
	14.100.920	169.211.036

Gastos variables de administración y ventas

Tabla 45.*Gastos Variables de Administración y Ventas*

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gastos de representación	\$ 0	\$ 0
Nómina de ventas	\$ 3.981.122	\$ 47.773.459
Comisiones de ventas	\$ 0	\$ 0
TOTALES	\$	\$
	3.981.122	47.773.459

Gastos totales de administración y ventas

Tabla 46.

Total de Gastos de Administración y Ventas

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gastos fijos	\$ 14.100.920	\$ 169.211.036
Gastos variables	\$ 3.981.122	\$ 47.773.459
Total	\$ 18.082.041	\$ 216.984.495

5.3 Capital de Trabajo

5.3.1 Periodo de Capital de Trabajo

La obtención de ingresos para este proyecto se refleja a partir del primer mes de operación, por esta razón se determinó que el capital de trabajo necesario es de 1 mes, para contar con una proporción saludable y liquidez financiera favorable.

5.3.2 Estructura del crédito

Se solicitará un crédito al banco Santander el cual maneja una tasa de interés del 14.71% efectivo anual y de 1.15% mensual.

El valor a solicitar es de 12'000.000 de pesos, con un periodo de amortización de 36 meses y el valor de la cuota fija mensual será \$408.967.

Amortización del crédito.

Tabla 47.

Amortización del Crédito

Préstamo	\$ 12.000.000	Interés mensual		1,15%
Periodo	36	Valor cuota mensual		408.967
PERIODO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA MENSUAL	SALDO
1	\$ 270.967	\$ 138.000	\$ 408.967	\$ 11.729.033
2	\$ 274.083	\$ 134.884	\$ 408.967	\$ 11.454.950
3	\$ 277.235	\$ 131.732	\$ 408.967	\$ 11.177.715
4	\$ 280.423	\$ 128.544	\$ 408.967	\$ 10.897.292
5	\$ 283.648	\$ 125.319	\$ 408.967	\$ 10.613.644
6	\$ 286.910	\$ 122.057	\$ 408.967	\$ 10.326.734
7	\$ 290.210	\$ 118.757	\$ 408.967	\$ 10.036.524
8	\$ 293.547	\$ 115.420	\$ 408.967	\$ 9.742.977
9	\$ 296.923	\$ 112.044	\$ 408.967	\$ 9.446.054
10	\$ 300.337	\$ 108.630	\$ 408.967	\$ 9.145.717
11	\$ 303.791	\$ 105.176	\$ 408.967	\$ 8.841.926
12	\$ 307.285	\$ 101.682	\$ 408.967	\$ 8.534.641
	\$ 3.465.359	\$ 1.442.245	\$ 4.907.604	
13	\$ 310.819	\$ 98.148	\$ 408.967	\$ 8.223.822
14	\$ 314.393	\$ 94.574	\$ 408.967	\$ 7.909.429
15	\$ 318.009	\$ 90.958	\$ 408.967	\$ 7.591.420
16	\$ 321.666	\$ 87.301	\$ 408.967	\$ 7.269.754
17	\$ 325.365	\$ 83.602	\$ 408.967	\$ 6.944.389
18	\$ 329.107	\$ 79.860	\$ 408.967	\$ 6.615.282
19	\$ 332.891	\$ 76.076	\$ 408.967	\$ 6.282.391
20	\$ 336.720	\$ 72.247	\$ 408.967	\$ 5.945.671
21	\$ 340.592	\$ 68.375	\$ 408.967	\$ 5.605.079
22	\$ 344.509	\$ 64.458	\$ 408.967	\$ 5.260.570
23	\$ 348.470	\$ 60.497	\$ 408.967	\$ 4.912.100
24	\$ 352.478	\$ 56.489	\$ 408.967	\$ 4.559.622
	\$ 3.975.019	\$ 932.585	\$ 4.907.604	
25	\$ 356.531	\$ 52.436	\$ 408.967	\$ 4.203.091
26	\$ 360.631	\$ 48.336	\$ 408.967	\$ 3.842.460
27	\$ 364.779	\$ 44.188	\$ 408.967	\$ 3.477.681
28	\$ 368.974	\$ 39.993	\$ 408.967	\$ 3.108.707
29	\$ 373.217	\$ 35.750	\$ 408.967	\$ 2.735.490
30	\$ 377.509	\$ 31.458	\$ 408.967	\$ 2.357.981
31	\$ 381.850	\$ 27.117	\$ 408.967	\$ 1.976.131

32	\$ 386.241	\$ 22.726	\$ 408.967	\$ 1.589.890
33	\$ 390.683	\$ 18.284	\$ 408.967	\$ 1.199.207
34	\$ 395.176	\$ 13.791	\$ 408.967	\$ 804.031
35	\$ 399.721	\$ 9.246	\$ 408.967	\$ 404.310
36	\$ 404.317	\$ 4.650	\$ 408.967	\$ 0
	\$ 4.559.622	\$ 347.975	\$ 4.907.604	

Gastos financieros.

El valor de los intereses para el primer mes es de \$ 138.000, y corresponde al periodo de capital de trabajo establecido para el proyecto.

5.3.3 Cuadro Resumen del Capital de Trabajo

Tabla 48.

Capital de trabajo

CONCEPTO	VALOR
Costos totales de producción	\$ 44.503.261
Gastos de administración y ventas	\$ 18.308.641
Gastos financieros	\$ 138.000
Menos Depreciaciones	-\$ 990.347
Menos Amortización diferidos	-\$ 808.833
TOTAL, CAPITAL DE TRABAJO	\$ 61.150.721

5.4 Inversión Total

Tabla 49.

Inversión total

CONCEPTO	VALOR
Inversión fija	\$ 64.004.339
Inversión diferida	\$ 48.530.000
Inversión capital de trabajo	\$ 61.150.721
INVERSIÓN TOTAL	\$ 173.685.060

5.5 Estructura de Capital

Tabla 50.

Estructura de capital

CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE
Socios fundadores	\$ 82.685.060	47,61%
Nuevos socios	\$ 79.000.000	45,48%
Crédito bancario	\$ 12.000.000	6,91%
TOTAL	\$ 173.685.060	100,00%

5.5.1 Recursos Propios

Los recursos propios de socios fundadores y nuevos socios corresponden al 93.09% de la estructura del capital por un valor de \$161'685.060.

5.5.2 Recursos de Financiación

Los recursos de financiación hacen referencia al valor que se obtiene de un crédito con el Banco Santander y corresponden al 6.91% del valor total de la estructura de capital, monto solicitado de 12'000.000 de pesos.

5.6 Precio de Venta

Tabla 511.

Precio de venta

Costos totales de producción	\$
	534.039.128
Gastos de administración y ventas totales	\$
	219.703.695
Costos y gastos totales	\$
	753.742.823
Capacidad utilizada año 1	
	43.200
Costos y gastos totales unitarios	\$ 17.448
Margen de utilidad	10%
Precio de venta	\$ 19.387
Margen para el intermediario	0

Precio al intermediario antes de IVA	\$ 19.387
Tasa de IVA o Imp consumo	8%
Precio al consumidor	\$ 21.073

El precio de venta se halló teniendo en cuenta el costo total unitario y agregando un margen de utilidad del 10% razonable que permita ser competitivo frente a propuestas ya establecidas con mayor tiempo en el mercado, la formula se evidencia a continuación:

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

$$\text{Precio de venta} = 17.448 / (1 - 0.10)$$

$$\text{Precio de venta} = 19.387 \text{ pesos}$$

El impuesto al consumo en un servicio de restaurante es del 8% (Gerencie.com, 2023), este impuesto se le cobrara al cliente final adicional al precio de venta, por lo cual el precio al consumidor es de \$21.073 pesos, precio competitivo teniendo en cuenta productos sustitutos o similares que se encuentran en la actualidad.

5.7 Estados Financieros Proyectados

5.7.1 Estado de Resultados Proyectado

Tabla 52.

Estado de resultados proyectado

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos operacionales	\$ 837.518.400	\$ 865.435.680	\$ 893.352.960	\$ 921.270.240	\$ 949.187.520
Ingresos no operacionales					
TOTAL, INGRESOS	\$ 837.518.400	\$ 865.435.680	\$ 893.352.960	\$ 921.270.240	\$ 949.187.520
MENOS COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Materiales	\$ 349.551.720	\$ 361.203.444	\$ 372.855.168	\$ 384.506.892	\$ 396.158.616
MOD	\$ 100.431.880	\$ 100.431.880	\$ 100.431.880	\$ 100.431.880	\$ 100.431.880
CIF	\$ 84.055.528	\$ 85.114.131	\$ 86.172.733	\$ 87.231.336	\$ 88.289.938
UTILIDAD BRUTA	\$ 303.479.272	\$ 318.686.226	\$ 333.893.179	\$ 349.100.133	\$ 364.307.086

MENOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS					
Nómina administrativa	\$ 63.289.527	\$ 63.289.527	\$ 63.289.527	\$ 63.289.527	\$ 63.289.527
Gastos generales	\$ 156.414.169	\$ 157.960.217	\$ 159.506.266	\$ 161.052.315	\$ 162.598.363
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 83.775.577	\$ 97.436.482	\$ 111.097.387	\$ 124.758.292	\$ 138.419.196
Menos gastos financieros (Intereses)	-\$ 1.442.245	-\$ 932.585	-\$ 347.975	\$ 0	\$ 0
Menos 4x1000	-\$ 3.350.074	-\$ 3.461.743	-\$ 3.573.412	-\$ 3.685.081	-\$ 3.796.750
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 78.983.258	\$ 93.042.154	\$ 107.176.000	\$ 121.073.211	\$ 134.622.446
Menos Impuesto de Renta	-\$ 27.644.140	-\$ 32.564.754	-\$ 37.511.600	-\$ 42.375.624	-\$ 47.117.856
Menos Impuesto de Ind y Cio	-\$ 8.375.184	-\$ 8.654.357	-\$ 8.933.530	-\$ 9.212.702	-\$ 9.491.875
UTILIDAD NETA	\$ 42.963.934	\$ 51.823.043	\$ 60.730.870	\$ 69.484.884	\$ 78.012.715
Menos Reserva Legal	-\$ 4.296.393	-\$ 5.182.304	-\$ 6.073.087	-\$ 6.948.488	-\$ 7.801.271
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 38.667.541	\$ 46.640.739	\$ 54.657.783	\$ 62.536.396	\$ 70.211.443

Nota: la tasa de industria y comercio en el municipio de Bucaramanga es del 10 x 1000; según la alcaldía de Bucaramanga (Secretaría de Hacienda Municipal de Girón, 2022).

5.7.2 Flujo de Fondos Proyectado

Tabla 53.

Flujo de fondos proyectados

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo de caja anterior	\$ 0	\$ 61.150.721	\$ 158.258.786	\$ 232.896.762	\$ 315.884.195	\$ 412.102.441
Flujos de efectivo de actividad de operación						
+INGRESOS		\$ 837.518.400	\$ 865.435.680	\$ 893.352.960	\$ 921.270.240	\$ 949.187.520
Operacionales		\$ 837.518.400	\$ 865.435.680	\$ 893.352.960	\$ 921.270.240	\$ 949.187.520
Ingresos no operacionales		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
- EGRESOS		-\$ 735.502.731	-\$ 785.890.100	-\$ 805.457.931	-\$ 825.051.994	-\$ 844.563.234
Materiales		\$ 349.551.720	\$ 361.203.444	\$ 372.855.168	\$ 384.506.892	\$ 396.158.616

MOD		\$ 100.431.880	\$ 100.431.880	\$ 100.431.880	\$ 100.431.880	\$ 100.431.880
CIF		\$ 84.055.528	\$ 85.114.131	\$ 86.172.733	\$ 87.231.336	\$ 88.289.938
Nómina administrativa		\$ 63.289.527	\$ 63.289.527	\$ 63.289.527	\$ 63.289.527	\$ 63.289.527
Gastos generales		\$ 156.414.169	\$ 157.960.217	\$ 159.506.266	\$ 161.052.315	\$ 162.598.363
Menos depreciaciones		-\$ 11.884.165	-\$ 11.884.165	-\$ 11.884.165	-\$ 11.884.165	-\$ 11.884.165
Menos amortizaciones		-\$ 9.706.000	-\$ 9.706.000	-\$ 9.706.000	-\$ 9.706.000	-\$ 9.706.000
Impuesto de renta		\$ 0	\$ 27.644.140	\$ 32.564.754	\$ 37.511.600	\$ 42.375.624
Impuesto de Ind y Cio		\$ 0	\$ 8.375.184	\$ 8.654.357	\$ 8.933.530	\$ 9.212.702
4 x 1000		\$ 3.350.074	\$ 3.461.743	\$ 3.573.412	\$ 3.685.081	\$ 3.796.750
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE OPERACIÓN	\$ 0	\$ 102.015.669	\$ 79.545.580	\$ 87.895.029	\$ 96.218.246	\$ 104.624.286
Flujos efectivos actividades inversión						
+INGRESOS	\$ 161.685.060	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 4.410.000
Capital social	\$ 161.685.060					\$ 4.410.000
Valor de salvamento						\$ 4.410.000
-EGRESOS	-\$ 112.534.339	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Compra de Equipo de oficina	\$ 8.390.500					
Compra de Equipo de computación y comunicación	\$ 12.326.579					
Compra de Maquinaria y equipo	\$ 36.020.900					
Compra de Terreno	\$ 0					
Compra de Construcciones y edificaciones	\$ 0					
Compra de Muebles y enseres	\$ 7.056.460					
Compra de Materiales, repuestos y accesorios	\$ 209.900					
Compra de Inventario de materia prima	\$ 0					
Inversión activos diferidos	\$ 48.530.000					
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO ACTIVIDADES INVERSIÓN	\$ 49.150.721	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 4.410.000

Materiales, repuestos y accesorios	\$ 209.900	\$ 209.900	\$ 209.900	\$ 209.900	\$ 209.900	\$ 209.900
Menos depreciación acumulada	\$ 0	-\$ 11.884.165	-\$ 23.768.331	-\$ 35.652.496	-\$ 47.536.662	-\$ 59.420.827
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 64.004.339	\$ 52.120.174	\$ 40.236.008	\$ 28.351.843	\$ 16.467.677	\$ 4.583.512
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 48.530.000	\$ 48.530.000	\$ 48.530.000	\$ 48.530.000	\$ 48.530.000	\$ 48.530.000
Menos amortización acumulada	\$ 0	-\$ 9.706.000	-\$ 19.412.000	-\$ 29.118.000	-\$ 38.824.000	-\$ 48.530.000
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 48.530.000	\$ 38.824.000	\$ 29.118.000	\$ 19.412.000	\$ 9.706.000	\$ 0
ACTIVOS TOTALES	\$ 173.685.060	\$ 249.202.960	\$ 302.250.771	\$ 363.648.038	\$ 438.276.119	\$ 521.310.239
PASIVO						
PASIVOS CORRIENTES						
Obligaciones financieras corto plazo	\$ 3.465.359	\$ 3.975.019	\$ 4.559.622	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Impuesto de renta y complementarios	\$ 0	\$ 27.644.140	\$ 32.564.754	\$ 37.511.600	\$ 42.375.624	\$ 47.117.856
Impuesto de Industria y Comercio	\$ 0	\$ 8.375.184	\$ 8.654.357	\$ 8.933.530	\$ 9.212.702	\$ 9.491.875
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ 3.465.359	\$ 39.994.343	\$ 45.778.733	\$ 46.445.130	\$ 51.588.326	\$ 56.609.731
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones financieras largo plazo	\$ 8.534.641	\$ 4.559.622	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	\$ 8.534.641	\$ 4.559.622	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
PASIVOS TOTALES	\$ 12.000.000	\$ 44.553.965	\$ 45.778.733	\$ 46.445.130	\$ 51.588.326	\$ 56.609.731
PATRIMONIO						
Capital social	\$ 161.685.060	\$ 161.685.060	\$ 161.685.060	\$ 161.685.060	\$ 161.685.060	\$ 161.685.060
Reserva legal acumulada	\$ 0	\$ 4.296.393	\$ 9.478.698	\$ 15.551.785	\$ 22.500.273	\$ 30.301.545
Utilidad del ejercicio	\$ 0	\$ 38.667.541	\$ 46.640.739	\$ 54.657.783	\$ 62.536.396	\$ 70.211.443
Utilidades excedentes acumulados	\$ 0	\$ 0	\$ 38.667.541	\$ 85.308.280	\$ 139.966.063	\$ 202.502.459
PATRIMONIO TOTAL	\$ 161.685.060	\$ 204.648.994	\$ 256.472.038	\$ 317.202.908	\$ 386.687.793	\$ 464.700.507

TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	173.685.0	249.202.960	302.250.77	363.648.038	438.276.11	521.310.239
	60		1		9	

5.8 Evaluación Financiera

5.8.1 Razones Financieras

Razones de liquidez.

Tabla 55.

Razones de Liquidez

RAZONES DE LIQUIDEZ	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razón corriente	activo corriente / pasivo corriente	numero veces	3,96	5,09	6,80	7,99	9,13
Prueba acida**	activo corriente - inventarios / pasivo corriente	numero veces	3,96	5,09	6,80	7,99	9,13
Capital de trabajo neto	activo corriente - pasivo corriente	unidades \$\$	\$ 118.264.443	\$ 187.118.030	\$ 269.439.065	\$ 360.514.115	\$ 460.116.995

Razón corriente: Por cada peso que la empresa debe pagar, dispone de 3.96 pesos para cubrir sus obligaciones, y en los siguientes años aumenta de manera favorable para el proyecto. Esto indica que, la empresa tiene suficiente efectivo para pagar sus deudas y seguir funcionando con normalidad.

Prueba acida: para este proyecto no se cuenta con inventarios, razón por la cual la prueba acida son los mismos valores de la razón corriente.

Capital de trabajo neto: la empresa tiene 118'264.443 de capital de trabajo neto en el primer año después de cancelar sus obligaciones y como fruto de sus actividades de la venta de comida preparada para el consumo inmediato. Es decir, cuenta con solvencia y capacidad de pagar sus obligaciones a corto plazo.

Razones de operación.

Tabla 56.

Razones de Operación

RAZONES DE OPERACIÓN	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rotación activo corriente	ventas/activo corriente	numero veces	5,29	3,72	2,83	2,24	1,84
Rotación activo fijo	ventas / activo fijo neto	numero veces	16,07	21,51	31,51	55,94	207,09
Rotación activo total	ventas / activo total	numero veces	3,36	2,86	2,46	2,10	1,82

Rotación de activo corriente: Por cada peso invertido en el activo corriente la empresa genera 5.29 pesos en ventas.

Rotación activo fijo: Por cada peso invertido en el activo fijo neto, la empresa genera 16.07 pesos en ventas, y aumenta cada año de manera favorable.

Rotación activo total: Por cada peso invertido en el activo total, la empresa genera 3.36 pesos en ventas.

Razones de rentabilidad.

Tabla 57.

Razones de rentabilidad

RAZONES RENTABILIDAD	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Margen bruto utilidad	utilidad bruta/ventas	%	36,24%	36,82%	37,38%	37,89%	38,38%
Margen utilidad neta	utilidad neta/ventas	%	5,13%	5,99%	6,80%	7,54%	8,22%
Rendimientos activos	utilidad neta/activos totales	%	17,24%	17,15%	16,70%	15,85%	14,96%

Margen bruto utilidad: del 100% total de las ventas, el 36,24% corresponden a utilidad bruta antes de impuestos. su valor aumenta progresivamente al pasar los años lo cual resulta favorable en el crecimiento de la organización.

Margen utilidad neta: es decir, del total de las ventas realizadas en el primer año por la empresa, el 5,13% corresponde a una utilidad neta, es decir el valor que le genera a la empresa la actividad comercial después de cancelar impuestos.

Rendimientos activos: es decir la empresa tiene una rentabilidad del 17,24% con respecto a los activos totales que posee, al pasar los años su rendimiento de activos disminuye lo cual se genera de un aumento de la utilidad neta año tras año.

Razones de endeudamiento.

Tabla 58.

Razones de endeudamiento

RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Endeudamiento total	pasivo total / activo total	%	17,88%	15,15%	12,77%	11,77%	10,86%
Cobertura intereses	utilidad operacio	No veces	58,09	104,48	319,27	-	-

	nal / intereses						
Índice participación patrimonial	patrimoni o / activo total	%	82,12%	84,85%	87,23%	88,23%	89,14%

Endeudamiento total: es decir, para el primer año del valor del activo total, el 17,88 % pertenece al pasivo total. este indicador es positivo ya que el valor de recursos no propios es bastante bajo y al pasar los años va disminuyendo y obteniendo mayores recursos propios.

Cobertura de intereses: es decir, por cada peso que paga la empresa el primer año, está generando 58,09 de utilidad operacional, y al pasar los años este valor aumenta ya que la deuda disminuye y a su vez los intereses hasta el 3er año como periodo de amortización del crédito.

Índice de participación patrimonial: es decir del activo total de la empresa, el 82.12% pertenece a patrimonio para el primer año.

5.8.2 Indicadores de Viabilidad

Los porcentajes de prima de riesgo se recomiendan como: (Bacca Urbina, 2013), sin embargo, estos rangos pueden determinarse por una búsqueda local del sector donde se ubique el producto o servicio o indicadores nacionales.

Bajo riesgo: 1 – 10

Riesgo medio: 11-20

Alto riesgo: 21-30

Prima de riesgo seleccionada 15%

Argumentación: consultando el sector de restaurantes en el área metropolitana se evidencia el crecimiento de muchos negocios con propuestas similares a la propuesta en el presente proyecto. Por esta razón fue seleccionada una prima de riesgo equilibrada que no sea muy baja ni muy alta y buscando un punto medio que sea acorde con el segmento en el que se está incursionando.

Tasa de inflación diciembre 2022: 13.12%% (DANE, 2022).

Tabla 59.

Calculo TMAR Mixta Deflactada

Prima de riesgo al riesgo	15%
Inflación	13,12%
TMAR recursos propios	30,09%
Recursos crédito	14,71%
TMAR Banco	29,76%
Porcentaje aportación recursos propios	93,09%
Porcentaje aportación Banco	6,91%
TMAR MIXTA	30,07%
TMAR MIXTA DEFLACTADA	18,47%

Tasa Interna Retorno (TIR).

La tasa interna de retorno es de 47,60%. Es decir, este es el porcentaje que se obtiene periódicamente de la inversión realizada, es decir que por cada 100 pesos invertidos se obtiene una rentabilidad de 47,60 pesos cada año.

Valor Presente Neto (VPN).

El VPN de este proyecto es \$118'960.766, lo cual es un indicador positivo para el proyecto, indica que el valor invertido genera una rentabilidad superior a la tasa de oportunidad; por lo que el proyecto resulta Factible.

Período de recuperación.

Tabla 60.

Recuperación de la inversión

AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-\$ 161.685.060	\$ 97.108.065	\$ 74.637.976	\$ 82.987.432	\$ 96.218.246	\$ 109.034.286
-\$ 161.685.060	\$ 74.661.115	\$ 44.120.273	\$ 37.716.366	\$ 33.621.270	\$ 29.292.668
	\$ 74.661.115	\$ 118.781.388	\$ 156.497.753	\$ 190.119.023	\$ 219.411.691

En el primer año se recuperan 74,661.115, el segundo año 118,781,388, el tercer año 156,497,753, el cuarto año 190,119,023, el quinto año 219,411,691 pesos.

La inversión total inicial es de \$ 173.685.060 pesos, la cual se recupera en el cuarto año de operación.

Punto de equilibrio.

Tabla 61.

Punto de equilibrio

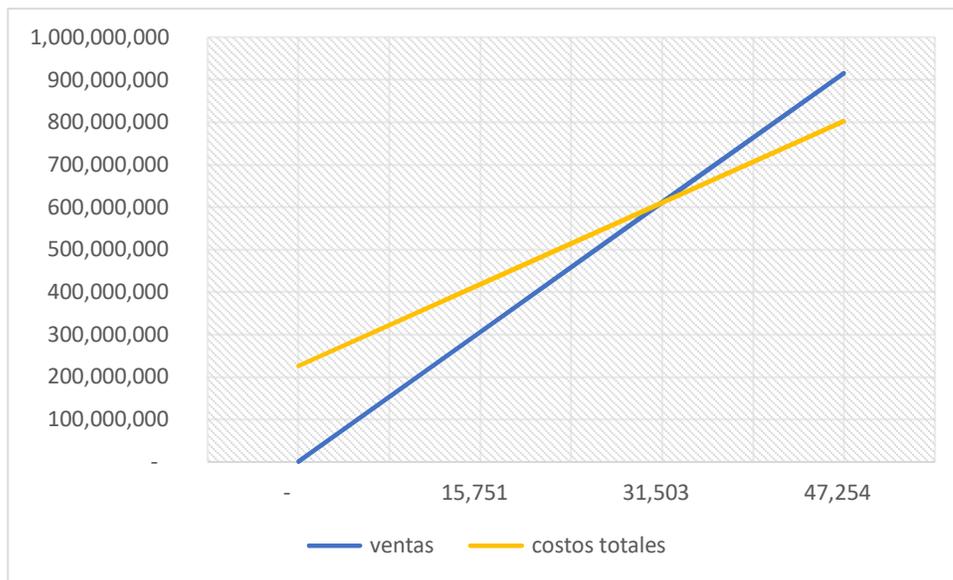
PUNTO DE EQUILIBRIO	FÓRMULA	RESULTADO
En función de la capacidad instalada (%)	$PE = CF / (IT - CV)$	72,92%
En función de cantidades producidas (Q)	$PE = CF / (Pu - CVu)$	31.503
En función de volumen de ventas (\$)	$PE^* = CF / 1 - CV/IT$	\$ 610.741.861
En función del número de días año	$PE = PE^* / (VT/N)$	263

CF: costos fijos	\$ 225.619.688
CV: costo variable	\$ 528.123.135
CT: costos totales	\$ 753.742.823
IT: ingreso total	\$ 837.518.400
Pu: precio unitario	\$ 19.387
CVu: costo variable unitario	\$ 12.225
VT: ventas totales	\$ 837.518.400
N: número días año	360
Capacidad utilizada año 1	43.200

El punto de equilibrio para el primer año en este proyecto se obtuvo en función de cantidades producidas (Q)= 31.503 hamburguesas clásicas FIT para llegar al punto en el que no se tiene pérdidas ni ganancias para la empresa. A partir de la siguiente unidad vendida se empiezan a tener ganancias.

Figura 12.

Punto de equilibrio



5.9 Tamaño del Proyecto

El personal necesario para el funcionamiento del negocio es de 8 personas y los activos totales corresponden a \$ 173.685.060, por lo anteriormente mencionado y en el Decreto Min CIT 957 del 5 de junio de 2019, este clasificado como una Microempresa.

Teniendo en cuenta el decreto anteriormente mencionado la clasificación se da por ventas:
Valores en pesos equivalentes a clasificación en UVT, cifras en pesos. Cuadro clasificación 2023

1 UVT= \$42.412 pesos

Para el sector de servicios, microempresa: los ingresos por sus actividades ordinarias iguales o menores que \$1.399.087.056.

Los ingresos resultados de la actividad comercial para el primer año son de \$837'518,400 por lo cual el proyecto es clasificado como microempresa.

Conclusiones

El sector de la comida saludable o balanceada se muestra como una nueva tendencia para la creación de nuevos productos, sin embargo, el termino suele ser subjetivo y está muy condicionado por la definición que cada persona tiene del mismo. El sector de lo saludable o poco procesado debe tener en cuenta aspectos fundamentales como la cantidad, la calidad y lo natural de los alimentos que se incluyan para incursionar dentro del mercado.

El segmento de mercado es determinado por las personas de 18 a 64 años, en estratos 3,4, 5 y 6 ubicados dentro del Área Metropolitana de Bucaramanga cuya población es de 579.419 personas. La encuesta está dirigida a dicha población y permite la deducción de datos claves para conocer la aceptación y el comportamiento de los clientes frente a estas propuestas.

Porcentaje de aceptación del 71% permite calcular la demanda efectiva de 80.646.233 Platos de comida anual como indicador favorable para la creación del proyecto y puesta en marcha del mismo.

El estudio del mercado en el que incursiona el proyecto, permite deducir que una estrategia fuerte y fundamental será la forma de relacionarse con los clientes por medio de una ubicación estratégica cerca a centros de acondicionamientos físicos donde se encuentra la mayor cantidad de personas que buscan generar buenos hábitos alimenticios.

Por lo anteriormente mencionado, la ubicación se estableció en el centro comercial Acrópolis, teniendo en cuenta la afluencia de clientes que se evidencia en los gimnasios Smart Fit y Fitness People que se encuentran cercano a la ubicación establecida.

La inversión total necesaria para poner en marcha el proyecto e iniciar con el mismo es de \$ 173.685.060, de los cuales 12'000.000 se adquieren mediante préstamo con el Banco Santander

con una de las tasas de interés más bajas del mercado, el resto serán aportes de socios fundadores y nuevos socios que se incluyan al proyecto.

El precio al consumidor final será de 21.073 pesos con un margen de utilidad del 10% razonable para un negocio nuevo, su precio es competitivo y aceptable frente a algunas propuestas que se pueden encontrar en el mercado ya establecidas y similares.

El punto de equilibrio en cantidad de unidades a producir es de 31.503 hamburguesas Clásicas FIT, a partir de la siguiente unidad a producir el proyecto empezara a ver ganancias.

La tasa TIR es de 47,60 % lo cual indica porcentaje de beneficio o que tuvo la inversión realizada en el primer año como consecuencia de sus actividades comerciales, sumado a una recuperación de la inversión en el cuarto año permite establecer que es RENTABLE y atractivo para la creación.

Recomendaciones

A partir de lo desarrollado, se recomienda realizar estudios de factibilidad basados en nuevas dietas como la keto y vegetariana, a su vez la creación de proyectos basados en ofertar experiencias gourmet o comida con espectáculos, como nuevas tendencias mundiales y oportunidad para creación de nuevos productos o servicios.

Las herramientas que ofrece el Instituto de Proyección Regional de Educación a Distancia y el programa para el desarrollo de proyectos son bastante útiles, sin embargo, se recomienda mayor implementación del uso de videos explicativos y con ejemplos prácticos para la realización de los proyectos propios de cada estudiante para la optimización de tiempos de ejecución.

Referencias Bibliográficas

- Alcaldía de Bucaramanga (2019). *Informe ante el honorable Concejo Municipal*.
<https://www.bucaramanga.gov.co/wp-content/uploads/2021/05/Informes-Gestion-Primer-Trimestre-2019-planeacion.pdf>
- Álvarez Munarriz, L. y Álvarez de Luis, A. (2009). Estilos de vida y alimentación. *Gazeta de Antropología*,
- Apicius, C. (2016). La historia del primer restaurante del mundo. *El Tiempo*.
<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16652166>
- Asociación Nacional de Industria ANDI. (2022). *Las tendencias del consumo de alimentos observadas en 2021*. <https://www.andi.com.co/Home/Noticia/17181-las-tendencias-del-consumo-de-alimentos>.
- Berfield, S. (2017). *La historia del hombre que ‘inventó’ el estilo de vida saludable*.
<https://www.elfinanciero.com.mx/bloomberg-businessweek/la-historia-del-hombre-que-invento-el-estilo-de-vida-saludable/#:~:text=A%20finales%20del%20siglo%20XI>
- Camarero10. (2022). *Tendencias para restaurantes en 2022*.
<https://www.camarero10.com/tendencias-restaurantes-2022/>.
- Decreto 1575 de 2007. [Ministerio de la Protección Social]. Por el cual se establece el Sistema para la Protección y Control de la Calidad del Agua para Consumo Humano. 9 de mayo de 2007. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=30007> .
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. (2022). *Índice de precios al consumidor*. <https://incp.org.co/wp-content/uploads/2023/01/Comunicado-DANE.pdf>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. (2023) *Boletín técnico Principales indicadores del mercado laboral.*

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_feb_23.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. (2023). *Proyecciones de población a nivel municipal. Periodo 2020 - 2035.* <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>.

Escuela Online de Marketing Gastronómico (s.f.). *Nuevas tecnologías para restaurantes.* <https://escuelamarketinggastronomico.net/tendencias-en-nuevas-tecnologias-para-restaurantes/>.

Gerencie.com. (2023). *Impuesto al consumo en restaurantes.* [Impuesto al consumo en restaurantes | Gerencie.com](https://www.gerencie.com/impuesto-al-consumo-en-restaurantes/)

Gómez, C. (s.f.). ¿Qué es una SAS? (Sociedad por acciones simplificada). *Phylolegal.* <https://phylo.co/blog/ideacion/crear-sas/#:~:text=Caracter%C3%ADsticas%20de%20una%20SAS%E2%80%8B,la%20puede n%C3%B3%20integrar%20varios%20accion>

Ley 1258 de 2008. Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada. 5 de diciembre de 2008. D. O. No. 47.194.

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html

Ley 140 de 1994. Por la cual se reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el Territorio Nacional.

23 de junio de 1994.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=328#:~:text=La%20presente%20Ley%20tiene%20por,relaci%C3%B3n%20con%20la%20Publicidad%20Exterior>

Ley 232 de 1995. Por medio de la cual se dictan normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales. 26 de diciembre de 1995. D. O. No. 42.162.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=316>

Ley 9 de 1979. Por la cual se dictan Medidas Sanitarias. 16 de julio de 1979. D. O. No. 35308.

https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/LEY%200009%20DE%201979.pdf.

Manual MSD. (s.f.). *Requerimientos nutricionales*. [https://www.msmanuals.com/es-](https://www.msmanuals.com/es-co/professional/trastornos-nutricionales/nutrici%C3%B3n-consideraciones-generales/nutrici%C3%B3n-en-la-medicina-cl%C3%ADnica)

[co/professional/trastornos-nutricionales/nutrici%C3%B3n-consideraciones-generales/nutrici%C3%B3n-en-la-medicina-cl%C3%ADnica](https://www.msmanuals.com/es-co/professional/trastornos-nutricionales/nutrici%C3%B3n-consideraciones-generales/nutrici%C3%B3n-en-la-medicina-cl%C3%ADnica) .

MedlinePlus. (s.f.). *Proteína en la dieta*.

<https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/002467.htm#:~:text=Es%20necesario%20consumir%20prote%C3%ADnas%20en,ni%C3%B1os%2C%20adolescentes%20y%20mujeres%20embarazadas>

Ministerio de Salud y Protección Social. (s.f.). *¿Qué es una alimentación saludable?*

<https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/HS/Paginas/que-es-alimentacion-saludable.aspx>.

Norma técnica sectorial colombiana NTS - USNA 007. [Ministerio de Comercio Industria y Turismo]. Norma sanitaria de manipulación de alimentos. 22 de julio de 2005.

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/calidad-turistica/normas-t>

Norma técnica sectorial colombiana NTS-USNA 006 I. [Ministerio de Comercio Industria y Turismo]. Infraestructura básica en establecimientos de la industria gastronómica. 11 de

abril de 2003. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/calidad-turistica/normas-t>

Resolución 2764 de 2013. [Ministerio de Salud]. Por la cual se reglamenta el artículo 126 del Decreto Ley 019 del 2012 y se dictan otras disposiciones. 22 de julio de 2013.

https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%202674%20de%202013.pdf

Resolución No. 7525 de 2022. [secretaria de hacienda municipal. Alcaldía de Bucaramanga]. Por medio de la cual se adopta y adapta la clasificación de actividades económicas para el Impuesto de Industria y Comercio en el Municipio de Bucaramanga. 23 de agosto de 2022.

<https://www.bucaramanga.gov.co/wp-content/uploads/2022/10/RESOLUCION-7525-2022-CIIU-MODIFICATORIA-DE-LA-168-DE-2021.pdf>.

Resolución número 005109 DE 2005. [Ministerio de la Protección Social]. Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano. 29 de diciembre de 2005.

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Resolucion%205109%20de%202005.pdf>

Salguero, M. (2023). *Control de Calidad en un Restaurante*. [Control de Calidad en un Restaurante](#)

 (manuelsalguero.eu)

Semana. (2022). *La moda 'fit' dispara el negocio de la comida saludable en el país*.

<https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/la-moda-fit-dispara-el-negocio-de-la-comida-saludable-en-el-pais/202224/>.

Vendus. (s.f.). *Canales de distribución de una empresa*. <https://www.vendus.es/blog/canales-distribucion-empresas/>.

Apéndices

Apéndice A. Encuesta

Encuesta de investigación de mercados

Universidad industrial de Santander

Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia

Gestión Empresarial

Somos un grupo de estudiantes de Gestión Empresarial de la UIS, enfocados en contribuir con el mejoramiento en la calidad, por esta razón realizamos un estudio de mercado para conocer su apreciación hacia la creación de un nuevo restaurante que contribuya con dicho propósito:

1. ¿Compra platos de comida en restaurantes?
 - o SI
 - o NO
2. ¿Con qué frecuencia compra alimentos preparados para consumo inmediato?
 - o Diariamente
 - o Semanalmente
 - o Quincenalmente
 - o Mensualmente
3. ¿Cuántas personas le acompañan cuando sale a comprar alimentos preparados para consumo inmediato?
 - o 1

- 2
 - 3
 - 4
 - más de 4
4. Cuando asiste a comer a un restaurante, ¿Qué tipo de alimentación prefiere?
- Comida Vegana
 - Comida rápida.
 - Comida Gourmet.
 - Comida Dietética.
5. ¿Cuánto paga en promedio por cada plato de comida?
- Menos de \$10.000 pesos
 - Entre \$10.001 y \$20.000 pesos
 - Entre 20.001 y \$30.000
 - Mas de \$30.000
6. ¿Qué ambientación prefiere en el restaurante que acude a comer?
- Ambiente de relajación y música agradable
 - Temáticas coloridas e iluminación
 - Ambiente de Rumba y diversión
 - Otro ¿Cuál? _____
7. ¿Cuál es el medio de comunicación que prefiere para conocer nuevos restaurantes?
- Instagram
 - Facebook

- YouTube
- Facebook
- Radio
- Televisión

8. ¿Utilizaría el servicio de un nuevo restaurante de comida fitness en el Área

Metropolitana de Bucaramanga?

- SI
- NO

Apéndice B. Cotización SST

Bucaramanga, 17 de octubre de 2023

Señores Protein Food

De acuerdo a la solicitud de cotización presento de manera formal esta propuesta para el diseño, documentación, asesoría para la implementación y socialización del SG-SST Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo según el Decreto 1072 de 2015.

El Sistema de Gestión del SST se basa en el ciclo PHVA y en la mejora continua como factor para lograr la competitividad de la empresa y como elemento de cumplimiento de directrices legales en busca de reducir la accidentalidad y enfermedad laboral.

La implementación del Decreto 1072 de 2015 le permite a la empresa iniciar un proceso de construcción de ventajas competitivas, que les dará una evaluación preferencial para sus colaboradores y clientes.

Objetivos generales

Desarrollar la asesoría para el diseño de la documentación e implementación de los requisitos exigidos para lograr el cumplimiento del Decreto 1072 de 2015.

Identificar oportunidades de mejora con la implementación adecuada de un Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo según los lineamientos del Decreto.

Disminuir la accidentabilidad, prevenir las enfermedades y controlar los riesgos con base a una buena metodología de Gestión del Riesgo.

Metodología del trabajo.

En primera medida la Alta Dirección debe estar convencida de este paso, no como un medio para lograr el cumplimiento de un requisito legal, sino como una herramienta que permita mejorar y aumentar la seguridad de sus trabajadores, previniendo accidentes de trabajo y enfermedades laborales.

Es necesario que la organización designe a un funcionario de nivel administrativo, para que sea el enlace entre El consultor y la organización, garantizando además que esta persona adquiera los conocimientos necesarios buscando la sostenibilidad en el largo plazo.

Uno de los aspectos fundamentales para la adecuada implementación del sistema de gestión es realizar reuniones y capacitaciones periódicas con el personal con el fin de dar a conocer todos los niveles de la organización.

El proceso se desarrolla mediante diferentes etapas, las cuales están referenciadas en el cronograma de actividades presentadas al final de este documento.

Cubrimiento y Alcance

El sistema de Gestión debe involucrar a cada una de las áreas y trabajadores.

Plazo de Implementación

La duración del proyecto es de 1 mes y medio a partir de la firma del acta de inicio. Si existen retrasos generados por cualquier de los partes no se incrementarán los costos asociados y el saldo final se cancelará una vez se culmine el proyecto a satisfacción.

Comunicaciones

Se entregan informes semanales del avance del proceso del diseño.

Recursos que aportara el consultor

Personal profesional con experiencia y conocimiento del tema. Se hará presencia según programación concertada entre las partes.

Estructura documental del sistema de gestión en Medio Magnético.

Compromisos del contratante

Proveer el tiempo necesario para que el equipo líder de trabajo y el talento humano puedan llevar a cabo las actividades para la implementación del Sistema de Gestión.

Proveer espacio adecuado para las reuniones de trabajo y el desarrollo de los talleres o capacitaciones programadas.

Realizar de ser necesarias, las inversiones para cumplir con los requisitos del Sistema de Gestión como adecuación de la infraestructura física.

Asignación de un responsable, cuyo compromiso será el de coordinar todas las actividades que se requieran para la implementación del decreto.

Mediciones ocupacionales y ambientes (Ruido, Iluminación), según aplique.

Botiquines y extintores necesarios.

Exámenes médicos (ingreso- periódicos y de retiro)

Elementos de protección personal acordes a la labor desempeñada por cada trabajador.

Señalización requerida

Puntos ecológicos

Adquirir alarmas necesarias en caso de una emergencia

Capacitar en trabajo en alturas a los trabajadores que lo requieran

Estudios de puestos de trabajo

Elementos necesarios para la adecuación locativa de las áreas administrativas y operativas.

Beneficios esperados con la implementación del SG-SST

- Protección de los colaboradores
- Protección de los visitantes, usuarios y clientes
- Protección de los proveedores y contratistas
- Protección del patrimonio
- Prevención de enfermedades laborales
- Prevención de accidentes de trabajo
- Prevención, control y disminución de las ausencias e incapacidades
- Disminución de accidentabilidad
- Incrementa el compromiso con la salud colectiva
- Incrementa la responsabilidad grupal
- Minimiza riesgos de multas o sanciones por incumplimiento legales.

Documentación Requerida En La Implementación Del Sg-Sst Según Decreto 1443

De 2014 Y En El Decreto 1072 De 2015 Como:

1. Políticas:
 - 1.1. Política de Seguridad y Salud en el Trabajo
 - 1.2. Política de alcohol y drogas
 - 1.3. Política de Tabaquismo
2. Reglamento de Higiene y Seguridad Industrial
3. Procedimiento COPASST / Vigía ocupacional
4. Documento Comité de convivencia
 - 4.1. Política de convivencia
 - 4.2. Formato Presentación quejas comité de convivencia
5. Consolidado presupuesto SG-SST
6. Documento Programa de capacitación SG-SST 6.1. Formato asistencia capacitación
7. Programa de inducción.
 - 7.1. Formato inducción nuevo trabajador
8. Manual de funciones con responsabilidades por cargo frente al SG-SST
9. Mapa de procesos
10. Matriz de objetivos y metas
11. Matriz de requisitos legales

12. Matriz identificación de peligros
13. Manual de inspecciones de seguridad
 - 13.1. Formato Inspecciones planeadas
14. Formato reporte de condiciones y actos inseguros
15. Matriz Gestión de peligros y riesgos.
16. Profesiograma
17. Programas de vigilancia epidemiológica
18. Diagnóstico de salud
 - 18.1. Formato seguimiento a casos médicos con recomendación o restricción
19. Programa de prevención de riesgo psicosocial
20. Identificación de riesgos de salud pública.
21. Programa Elementos de protección personal
 - 21.1. Formato de entrega de EPP
 - 21.2. Formato Inspección de EPP
22. Programa de mantenimiento de instalaciones, equipos y herramientas.
23. Programa de orden y aseo
24. Documento Plan de emergencia
 - 24.1. Matriz de vulnerabilidad
 - 24.2. Plan de evacuación
 - 24.3. Documento brigada de emergencias
25. Cronograma plan de trabajo SG-SST (persona encargada de implementar)
26. Procedimiento gestión de proveedores y contratistas
27. Programa para investigación de accidentes e incidentes
28. Formato para investigación de incidentes y accidentes
29. Procedimiento de acciones correctivas y preventivas
30. Resultados de Acciones correctivas y preventivas.

Cronograma De Actividades

Actividad	Mes y medio
Diagnóstico inicial	X
Creación del plan anual detallado de trabajo	X
Sensibilización inicial	X
Capacitaciones periódicas	X
Creación de la documentación	X
Identificación documentación de mejoras	X
Resultados de indicadores de gestión	X
Auditoría interna	X
Informe de revisión por la dirección.	X
Inversión	

Propuesta

Propuesta de trabajo	Tiempo de Implementación	Valor
Diseño, documentación y asesoría para la implementación de los requisitos mínimos del Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo, bajo los lineamientos de la Resolución 0312 de 2019, descritos en el Artículo 3.	Mes y medio (45 días)	\$ 450.000,00

Propuesta de trabajo	Tiempo de Implementación	Valor
Seguimiento y asesoría para la ejecución y mantenimiento de los requisitos del sistema de seguridad y Salud en el Trabajo.	Asistencia de 2 horas presenciales trimestrales y acompañamiento permanente por medios electrónicos.	\$ 180.000,00

Adicional a la entrega del diseño se hará acompañamiento por 15 días para resolver dudas e inquietudes sobre la implementación del SG-SST sin ningún costo,

Una Capacitación a todo el personal sobre que es el Sistema De Seguridad Y Salud En El Trabajo – SST.

Capacitación a la persona Responsable del SST asignando por el representante de la empresa (capacitación en Bucaramanga)

Forma De Pago

50% a la firma del contrato

50% a la finalización del proyecto

Número de cuenta de ahorros Bancolombia: 4422981476-leydi Johana utrera mariño-
1098640309

Tiempo estimado del proyecto

un (1) mes y quince (15) días

Leydi Johana Utrera Mariño

Asesora integral.

Tecnóloga Salud ocupacional

Licencia salud ocupacional Registro No. 023486

Celular: 3132816438