

Plan de negocios para la creación de un restaurante de comida mexicana que transforme los  
residuos orgánicos en abono en El Socorro, Santander

Karen Yulieth Flórez Gómez y Luis David Pinto

Trabajo de grado para optar el título de ingeniero(a) industrial

Director:

José Antonio Cárdenas Fontecha

Magister en Gerencia de Negocios - MBA

Universidad Industrial de Santander

Facultad de ingenierías Fisicomecánicas

Escuela de Estudios Industriales y Empresariales

Bucaramanga

2025

### **Dedicatoria**

A Dios por permitirnos culminar una etapa más de nuestras vidas, por darnos la salud y la sabiduría necesaria para poder elaborar cada una de las fases de este libro.

A nuestros padres y familiares por su apoyo y esfuerzo realizado durante esta etapa que está a punto de finalizar.

### **Agradecimientos**

A la Universidad Industrial de Santander, por las enseñanzas y valores que nos inculcaron durante nuestros años como estudiantes.

A nuestro director de trabajo de grado, por su orientación y acompañamiento durante el desarrollo de este proyecto y por sus aportes y conocimiento que ha compartido durante el desarrollo de este proyecto.

A mis amigos y cada uno de los docentes de los cuales aprendimos conocimientos y experiencias valiosas para nuestra vida personal y profesional.

## Tabla de Contenido

	<b>Pág.</b>
Introducción .....	16
1. Cumplimiento de los objetivos .....	17
2. Objetivos .....	19
2.1. Objetivo General .....	19
2.2. Objetivos Específicos.....	19
3. Justificación de la Idea de Negocio .....	20
4. Marco de Referencia .....	22
4.1. Marco de Antecedentes.....	23
4.2. Marco Teórico.....	24
4.2.1. Restaurante mexicano .....	24
4.2.2. Humus de la lombriz.....	24
4.2.3. Modelo de negocio.....	25
4.2.4. Análisis PESTEL .....	25
4.2.5. Cinco Fuerzas de Porter .....	26
4.2.6. Investigación de Mercados .....	26
4.2.7. Plan de mercados .....	27
4.2.8. Estudio técnico.....	27
4.2.9. Análisis organizacional.....	28
4.2.10. Estudio Legal .....	28
4.2.11. Evaluación de impacto ambiental .....	28

4.2.12. Análisis financiero .....	29
5. Análisis del Sector .....	29
5.1. Análisis del Macroentorno (PESTEL).....	29
5.1.1. Factor político .....	29
5.1.2. Factor Económico .....	31
5.1.3. Factor Social .....	35
5.1.4. Factor Tecnológico .....	38
5.1.5. Factor Ecológico .....	40
5.1.6. Factores Legales.....	42
5.2. Análisis del Microentorno (5 Fuerzas de Porter).....	44
5.2.1. Poder de negociación de los proveedores (Media Baja).....	44
5.2.2. Amenaza de la entrada de nuevos competidores (Media). .....	46
5.2.3. Amenaza de productos sustitutos (Medio Alta).....	47
5.2.4. Rivalidad entre competidores (Medio Alta) .....	49
5.2.5. Poder de negociación de los compradores (Media Alta) .....	49
6. Investigación de Mercados .....	50
6.1. Investigación de fuentes secundarias. ....	51
6.2. Investigación de Mercados fuentes primarias.....	58
6.2.1. Objetivo general.....	58
6.2.2. Objetivos específicos .....	58
6.2.3. Ficha técnica de la investigación de mercados .....	59
6.2.4. Análisis de los resultados de la encuesta .....	61
6.2.5. Conclusiones de investigación de mercados.....	61

6.3. Estimación de demanda .....	63
7. Plan de mercadeo .....	65
7.1. Nombre de la marca .....	65
7.2. Logo de Mi Ranchito Mix.....	66
7.3. Mapa de la empatía .....	66
7.4. SCAMPER.....	68
7.5. Propuesta de valor.....	69
7.6. Matriz ERIC.....	70
7.7. Customer Journey Map de Mi Ranchito Mix .....	72
7.8. Marketing mix: Producto, precio, punto de venta y promoción. ....	73
7.8.1. Producto .....	73
7.8.2. Precio .....	75
7.8.3. Punto de venta.....	75
7.8.4. Promoción.....	76
8. Estudio Técnico .....	77
8.1. Descripción del producto .....	77
8.2. Definición del proceso productivo.....	78
8.3. Requerimientos de materia prima .....	81
8.4. Maquinaria y equipo requerido.....	81
8.5. Localización.....	83
8.5.1. Macro localización.....	83
8.5.2. Micro localización .....	85
8.6. Plano de las instalaciones.....	88

8.7. Mobiliario y equipo de oficina.....	88
8.8. Servicios públicos .....	88
8.9. Requerimientos de mano de obra.....	89
9. Análisis Organizacional .....	90
9.1. Organigrama .....	90
9.2. Descripción de cargos .....	91
9.3. Estructura salarial.....	95
10. Estudio Legal .....	95
10.1. Pasos que se deben tomar para constituir una empresa en Colombia.....	95
10.1.1. Disponibilidad del nombre de la marca. ....	95
10.1.2. Consulta de la clasificación por actividad económica .....	96
10.1.3. Tipo de sociedad para construir el negocio.....	97
10.1.4. Otros tramites.....	97
10.2. Obligaciones tributarias .....	98
10.2.1. Impuesto nacional al consumo INC .....	98
10.2.2. Impuesto a la renta y complementarios .....	99
11. Análisis de Impacto Ambiental y Social.....	100
12. Análisis financiero .....	102
12.1. Inversión inicial .....	102
12.2. Financiación.....	103
12.3. Estados financieros proyectados .....	103
12.3.1. Estado de resultados proyectado .....	103
12.3.2. Estado de situación financiera .....	104

12.3.3. Estado de flujo de caja libre.....	105
12.4. Evaluación financiera.....	107
12.4.1. Valor presente neto (VPN) y Tasa interna de retorno (TIR) .....	107
12.5. Evaluación financiera por escenarios.....	107
13. Plan estratégico .....	109
13.1. Misión .....	109
13.2. Visión.....	109
13.3. Plan de negocios: Modelo Canvas .....	109
13.4. Bitácora estratégica.....	112
13.4.1. SMART.....	112
13.4.2. Actividades, planes de acción e indicadores.....	113
14. Conclusiones .....	113
Referencias Bibliográficas .....	116

**Lista de Tablas**

	<b>Pág.</b>
Tabla 1. <i>Cumplimiento de los objetivos</i> .....	17
Tabla 2. <i>Población por rango etario, el Socorro</i> .....	36
Tabla 3. <i>Nivel Educativo, el Socorro</i> .....	37
Tabla 4. <i>Leyes medioambientales</i> .....	40
Tabla 5. <i>Algunos de los proveedores de carne de Socorro</i> .....	45
Tabla 6. <i>Algunos mercados de Socorro</i> .....	45
Tabla 7. <i>Algunos de los restaurantes de Socorro</i> .....	48
Tabla 8. <i>Ficha técnica de la investigación de mercados</i> .....	59
Tabla 12. <i>Variables estimación demanda</i> .....	63
Tabla 13. <i>Participación del mercado</i> .....	64
Tabla 14. <i>Demanda esperada por escenarios de Mi Ranchito MIX</i> .....	65
Tabla 15. <i>Aspectos importantes para el cliente</i> .....	72
Tabla 16. <i>Maquinaria y equipo requerido</i> .....	82
Tabla 17. <i>Comparación multicriterio de cada una de las ubicaciones posibles</i> .....	86
Tabla 18. <i>Resultado final de la geolocalización</i> .....	87
Tabla 19. <i>Mobiliario y equipo de oficina</i> .....	88
Tabla 20. <i>Servicios públicos</i> .....	89
Tabla 21. <i>Horario de atención al público</i> .....	89
Tabla 22. <i>Resumen de la financiación</i> .....	103
Tabla 23. <i>Estado de resultados proyectado</i> .....	104
Tabla 24. <i>Estado de situación financiera proyectado</i> .....	105

Tabla 25. <i>Estado de flujo de caja libre proyectado.</i> .....	106
Tabla 26. <i>Cálculo del VPN y la TIR.</i> .....	107
Tabla 27. <i>Evaluación de escenarios financieros de Interactive.</i> .....	109

### Lista de Figuras

	<b>Pág.</b>
Figura 1. <i>Valor agregado de los municipios del departamento de Santander.</i> .....	22
Figura 2. <i>Niveles de desarrollo por pilares, el Socorro.</i> .....	32
Figura 3. <i>Acompañantes de los turistas, El Socorro.</i> .....	33
Figura 4. <i>Producto interno bruto (PIB) alojamiento y servicios de comida.</i> .....	52
Figura 5. <i>Variaciones de ventas 2023/2022.</i> .....	55
Figura 6. <i>Dinámica Empresaria Socorro.</i> .....	56
Figura 7. <i>Restaurante mexicano La Jefa Taquería MX.</i> .....	57
Figura 8. <i>Logo Mi Ranchito Mix.</i> .....	66
Figura 9. <i>Mapa de empatía de Mi Ranchito Mix.</i> .....	68
Figura 10. <i>Propuesta de Valor de Mi Ranchito Mix.</i> .....	70
Figura 11. <i>Principales características para comparar.</i> .....	71
Figura 12. <i>Matriz ERIC Mi Ranchito Mix.</i> .....	72
Figura 13. <i>Customer Journey Map de Mi Ranchito Mix.</i> .....	73
Figura 14. <i>Estante de abono orgánico y recolección de diferentes residuos.</i> .....	74
Figura 15. <i>Diagrama de flujo del proceso</i> .....	80
Figura 16. <i>Ubicación geopolítica del Socorro.</i> .....	84
Figura 17. <i>Principales conexiones viales, el Socorro.</i> .....	85
Figura 18. <i>Organigrama Mi Ranchito Mix.</i> .....	91
Figura 19. <i>Disponibilidad del nombre de la marca SIC.</i> .....	96
Figura 20. <i>Inversión inicial.</i> .....	102
Figura 21. <i>Modelo Canvas Mi Ranchito Mix.</i> .....	112

Figura 22. *SMART*..... 112

Figura 23. *Bitácora estratégica* ..... 113

## **Apéndices**

Apéndice A. Encuesta.

Apéndice B. Resultados de la encuesta.

Apéndice C. Análisis de los resultados de la encuesta.

Apéndice D. SCAMPER.

Apéndice E. Menú del restaurante.

Apéndice F. Propuesta de Valor.

Apéndice G. Cotizaciones.

Apéndice H. Formulario Sayco&Acinpo.

Apéndice I. Layout Mi Ranchito MIX.

Apéndice J. Proceso de registro ante la Cámara de Comercio.

Apéndice K. Estructura Salarial.

Apéndice L. Matriz Leopold.

Apéndice M. Análisis financiero optimista.

Apéndice N. Análisis financiero pesimista.

Apéndice O. Análisis financiero probable.

## Resumen

**Título:** Plan de negocios para la creación de un restaurante de comida mexicana que transforme los residuos orgánicos en abono en El Socorro, Santander \*

**Autor:** Karen Yulieth Flórez Gómez y Luis David Pinto \*\*

**Palabras clave:** Humus de lombriz, plan de negocio, Restaurante mexicano, Plan de mercadeo, simulación, Layout, Emprendimiento.

**Descripción:** La idea de negocio consiste en la creación de un restaurante de comida mexicana. Este tendrá una temática completamente basada en la cultura mexicana, lo cual le permitirá al cliente vivir una experiencia distinta cada vez que visite las instalaciones del restaurante, además, contará con un bar con una amplia carta de bebidas de todo tipo y su amplio menú con todo el contenido culinario mexicano. La comida mexicana ha adquirido gran acogida en el territorio colombiano en los últimos años, especialmente luego de la pandemia ha sido uno de los sectores que ha presentado un crecimiento significativo. La idea nace luego de tener la oportunidad de conocer más de cerca los procesos que realiza un restaurante mexicano y lo que se necesita para su funcionamiento. Por otra parte, el restaurante se enfocará en procesar los desechos orgánicos generados de una manera totalmente diferente y sostenible, la idea se basa en utilizar las lombrices californianas para que realicen el proceso de descomposición de estos desechos orgánicos. Al finalizar este proceso el abono obtenido se entregará a clientes como incentivo en algún tipo de compra o a los proveedores de materia prima para obtener descuentos y/o beneficios en el momento de negociar con ellos la materia prima que se necesita para el funcionamiento del establecimiento.

---

\* Trabajo de grado

\*\* Facultad de Ingeniería físico-mecánicas. Escuela de Estudios Industriales y Empresariales. Director: José Antonio Cárdenas Fontecha. Magister en Gerencia de Negocios MBA

### Abstract

**Title:** Business plan for the creation of a Mexican food restaurant that transforms organic waste into compost in El Socorro, Santander. \*

**Author(s):** Karen Yulieth Florez Gomez y Luis David Pinto \*\*

**Key Words:** Earthworm humus, business plan, Mexican restaurant, market plan, simulation, layout, entrepreneurship.

**Description:** The business idea consists of the creation of a Mexican food restaurant. This will have a theme completely based on Mexican culture, which will allow the client to live a different experience every time they visit the restaurant facilities, in addition, it will have a bar with an extensive menu of drinks of all kinds and its extensive menu with all the Mexican culinary content. Mexican food has gained great acceptance in Colombian territory in recent years, especially after the pandemic it has been one of the sectors that have shown significant growth. The idea was born after having the opportunity to learn more about the processes carried out by a Mexican restaurant and what is needed for its operation. On the other hand, the restaurant will focus on processing the organic waste generated in a totally different and sustainable way. The idea is based on using Californian worms to carry out the processing process of this organic waste. At the end of this process, the fertilizer obtained will be given to clients as an incentive in some type of purchase or to raw material suppliers to obtain discounts and/or benefits when negotiating with them the raw materials needed for the operation of the establishment.

---

\* Degree Work

\*\* Facultad de Ingeniería físico-mecánicas. Escuela de Estudios Industriales y Empresariales.  
Director: José Antonio Cárdenas Fontecha. Magister en Gerencia de Negocios MBA

## **Introducción**

El manejo de residuos orgánicos es una aplicación que ha ido tomando fuerza en el país debido a la preocupación por la conservación del medio ambiente y a la crisis que viven actualmente los rellenos sanitarios del país.

La comida mexicana fue declarada patrimonio cultural inmaterial de la humanidad por la UNESCO y es un tipo de comida muy apetecida en muchas regiones del mundo, y en Colombia es un sector de la industria gastronómica en pleno crecimiento. La comida mexicana se caracteriza por su diversidad de colores, sabores, olores y texturas, lo cual hace que sea un tipo de comida muy apetecido por el público del mundo en general.

Son varios motivos por los cuales se generó esta idea de negocio, uno de ellos es que con la experiencia personal que se obtuvo trabajando como cocineros en un restaurante de comida mexicana en los Estados Unidos durante 4 meses, nació el gusto hacia este tipo de comida, y por otra parte, la idea del manejo de residuos surge debido al observarse la gran cantidad de material orgánico desechado por el restaurante y la necesidad actual de cuidar el planeta tierra. Al observar el proceso de descomposición de materiales orgánicos que realizan las lombrices californianas, se dedujo que era una muy buena opción para transformar los desechos orgánicos generados.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, se realizó una investigación de mercados a partir de fuentes primarias para de esta manera evaluar la viabilidad de la creación del restaurante en El Socorro.

## 1. Cumplimiento de los objetivos

**Tabla 1.**

*Cumplimiento de los objetivos*

<b>Objetivo</b>	<b>Cumplimiento</b>
Analizar el entorno a nivel nacional y regional con el objetivo de identificar los factores que influyen en la implementación del modelo.	Capítulo 5
Realizar un análisis de mercado enfocado en comprender la demanda y las particularidades del sector de comida rápida en Socorro, con el propósito de desarrollar y establecer estrategias efectivas que permitan captar a clientes potenciales.	Capítulo 6
Desarrollar un plan de mercado que especifique de manera detallada las estrategias a implementar.	Capítulo 7
Llevar a cabo un análisis técnico que determina los procesos productivos clave, con el objetivo de evaluar la infraestructura, localización, capacidad, insumos, especificaciones técnicas de los equipos necesarios y los tipos de recursos requeridos para la producción y comercialización de este producto.	Capítulo 8
Diseñar la estructura organizativa, definir los roles y responsabilidades, elaborar el organigrama y establecer la política salarial, con el fin de asegurar un desempeño eficiente.	Capítulo 9
Efectuar un análisis legal y de la normativa vigente en el país para la constitución del negocio, incluyendo la identificación de los permisos y licencias necesarios.	Capítulo 10
Analizar los posibles impactos ambientales y sociales derivados de la implementación del negocio, con el propósito de mitigar riesgos y minimizar efectos adversos.	Capítulo 11
Llevar a cabo un análisis financiero para determinar los requerimientos de inversión, evaluar la viabilidad del proyecto y estimar su rentabilidad.	Capítulo 12

<b>Objetivo</b>	<b>Cumplimiento</b>
Desarrollar un análisis estratégico de gestión con el fin de lograr reconocimiento y consolidar una posición competitiva destacada para el negocio en el sector de comida rápida.	Capítulo 13

## **2. Objetivos**

### **2.1. Objetivo General**

Desarrollar un plan de negocios para la creación de un restaurante de comida mexicana que transforme los residuos orgánicos en abono, que será entregado a los proveedores de insumos como forma de pago y/o beneficio en El Socorro, Santander.

### **2.2. Objetivos Específicos**

Realizar un análisis del macroentorno y el microentorno para conocer los factores que pueden afectar la implementación del restaurante.

Hacer un análisis de mercados a través de fuentes primarias y secundarias con el fin de recolectar información del segmento del mercado.

Desarrollar un plan de mercadeo que incluya objetivos, indicadores, estrategias, tácticas e implementar un plan de acción para atraer clientes.

Efectuar un análisis técnico para definir el proceso, la maquinaria y equipo que se requiere, mano de obra y organización de las instalaciones del restaurante.

Elaborar una estructura organizativa y salarial con los diferentes cargos y funciones requeridos para la operación del restaurante.

Realizar un análisis legal para establecer la figura jurídica con la cual se constituirá la empresa, junto con la reglamentación que aplique en el caso del restaurante.

Identificar, evaluar y gestionar los posibles riesgos e impactos ambientales y sociales del proyecto.

Elaborar un análisis financiero a través de los diferentes escenarios de rentabilidad del negocio.

Formular las estrategias necesarias para la toma de decisiones y el cumplimiento de objetivos del negocio, estableciendo una misión, visión, objetivos y valores que le proporcionen un direccionamiento adecuado al negocio.

### **3. Justificación de la Idea de Negocio**

La idea de negocio se origina a partir de la experiencia adquirida al trabajar en un restaurante mexicano en el extranjero, sumado al interés por este tipo de emprendimiento. En este contexto y considerando que Socorro es un sitio turístico en Colombia (Colombia el país de la belleza, s.f.), se ha identificado la falta de un restaurante especializado en comida mexicana en la zona. Los platos ofrecidos actualmente por los restaurantes locales no refleja auténticamente la gastronomía mexicana. Este nuevo restaurante busca cubrir es necesidad, prestando una temática atractiva, una barra de licores, y ofreciendo una experiencia única y envolvente para los clientes.

El Socorro, Santander cuenta con alrededor de 28.738 habitantes distribuidos entre el casco urbano y la zona rural, además de que tiene cercanía con municipios como Simacota, Confines, San Gil, Palmas del Socorro y es un pueblo patrimonial turístico (Plan de desarrollo Socorro, 2020). En el año 2023, se identifican en la zona dos restaurantes de comida mexicana que no cuentan con una propuesta temática diferenciada y presentan una oferta gastronómica limitada. Además, según datos del portal Restaurant Guru, en el área operan más de 100 establecimientos dedicados a la comida típica y rápida, lo que evidencia una saturación en ese segmento y una oportunidad para la introducción de una oferta especializada y diferenciada. (es.restaurantguru.com).

Además, en el análisis del sector, se evidencia través de los informes presentados por el DANE la cantidad de dinero que los restaurantes mueven durante el año en El Socorro, lo que permitirá considerar aún más la rentabilidad de iniciar este emprendimiento en este municipio, sumándole el hecho de querer aportar a la economía del municipio que vio crecer a los participantes de este proyecto.

El propósito del negocio es ofrecer una experiencia inmersa que transporte al cliente a México desde el momento en que ingrese al establecimiento. Esto se busca alcanzar mediante una temática auténtica inspirada en la cultura mexicana, complementada por una oferta gastronómica que resalte los sabores tradicionales del país, así como una selección de licores típicos que refuercen la experiencia.

Al visitar los dos restaurantes mexicanos en el municipio, junto con los informes con la información proporcionada por el DANE, permite corroborar el éxito visible de estos establecimientos y resaltar una oportunidad significativa para la apertura de un restaurante mexicano más completo en diversos aspectos.

Tras la visita al parque Jaime Duque y la observación del proceso de producción de abono orgánico mediante el uso de lombrices californianas rojas a partir de residuos, se tomó la decisión de implementar un sistema de tratamiento de residuos orgánicos en el restaurante, como parte de un enfoque sostenible en favor del medio ambiente. No obstante, es importante señalar que los residuos orgánicos no destinados a este proceso serán gestionados mediante reciclaje convencional, cumpliendo con las normativas vigentes establecidas por las empresas locales de recolección de residuos.

Por otra parte, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) presentó su informe sobre el crecimiento del PIB en 2022, destacando que el sector de restaurantes,

alojamiento y turismo experimentó un incremento anual del 10,7%, consolidándose como el tercer sector de mayor crecimiento durante ese año. Considerando que el PIB del departamento de Santander para 2022 fue de 57.917 miles de millones de pesos, y que el municipio de El Socorro contribuye aproximadamente con el 1%, esto representa un valor cercano a los 564 miles de millones de pesos, como se confirma en la siguiente ilustración.

### Figura 1.

*Valor agregado de los municipios del departamento de Santander.*

Municipio	Miles de millones de pesos	Peso relativo municipal en el valor agregado departamental (%)
Barrancabermeja	15.771	27,2
Bucaramanga	15.346	26,5
Floridablanca	4.795	8,3
Girón	4.192	7,2
Piedecuesta	2.988	5,2
Lebrija	2.313	4,0
Rionegro	993	1,7
San Gil	880	1,5
Puerto Wilches	840	1,4
Sabana de Torres	783	1,4
Cimitarra	727	1,3
Socorro	564	1,0
San Vicente de Chucurí	550	1,0
Barbosa	460	0,8
Los Santos	457	0,8
Tona	308	0,5
Vélez	300	0,5
Aratoca	250	0,4
Málaga	234	0,4
Betulia	222	0,4
Otros <sup>2</sup>	4.944	8,5

*Nota.* Tomado del DANE. Valor Agregado por Municipio P: Cifras provisionales

A través de estos datos se puede evidenciar la participación de los restaurantes, según el estudio realizado por el DANE, el sector de hoteles, bares y restaurantes tienen una participación del 55%, por su parte El Socorro posee un 1.7% respecto a este 55% del departamento. Si se traslada a los números basados en el valor agregado del municipio se encuentra un movimiento anual de 5.27 mil millones en el sector de hoteles, restaurantes y turismo.

## 4. Marco de Referencia

#### 4.1. Marco de Antecedentes

En un artículo publicado por el universal, se encuentra una práctica relacionada con este plan de negocios, se trata de un restaurante enfocado en basura cero, este restaurante es el Di Silvio Trattoria en compañía de la fundación Cartagena, en este caso el restaurante realiza el proceso de selección de basura orgánica junto con sus empleados, adecuaron un lugar especial para realizar el proceso de descomposición y vierten los desechos en horarios específicos, la obtención del abono orgánico lo realizan a través de bacterias las cuales se encargan de realizar el proceso de transformación, para este restaurante ha sido beneficioso debido a la imagen que le ha proporcionado ante los clientes, no obtiene beneficios económicos debido a que el abono generado es donado a la fundación Cartagena para el mantenimiento de las plantas y árboles del centro histórico de Cartagena.

En un trabajo de grado realizado en el año 2019 por el ahora ingeniero industrial David Fernando Solano Guatero bajo la dirección del PhD en finanzas de empresas Juan Benjamín Duarte Duarte basado en la producción y comercialización de abono orgánico, se encontró información de interés acerca de la producción del abono orgánico, según lo descrito por el autor existe una tendencia a nivel global la cual se inclina a consumir productos netamente naturales. Al mismo tiempo, enumera beneficios proporcionados en las tierras de los campesinos colombianos con el uso de los abonos orgánicos, estos ayudan a la restauración del suelo, también resalta el crecimiento que ha tenido este sector en los últimos años y asegura que el tratamiento de los desechos orgánicos es una práctica que continuará en crecimiento y expansión.

Un artículo publicado por la revista La Barra, la cual está dirigida a empresas del sector de restaurantes, hoteles y catering de América Latina, permite evidenciar el éxito de un restaurante de comida mexicana en la ciudad de Bogotá, se trata de un establecimiento llamado La Santa

Guadalupe Prime, el cual no busca ofrecer solo comida mexicana sino transportar a sus comensales a un viaje culinario auténtico. La gastronomía mexicana, rica en sabores, texturas y colores, ha conquistado paladares alrededor del mundo. Sin embargo, la autenticidad de sus ingredientes y preparaciones es un tesoro que pocos han logrado capturar fuera de México. Una parte fundamental para el éxito de los establecimientos de comida mexicana es la selección cuidadosa de ingredientes, incluyendo aquellos importados directamente de México, ya que esto refleja el compromiso del restaurante con la autenticidad y calidad (Díaz, 2023).

## **4.2. Marco Teórico**

A continuación, se definirán varios términos importantes que deben tenerse en cuenta durante el desarrollo del plan de negocios, esto incluye las herramientas de análisis del entorno y conceptos clave que permiten entrar en contexto en la temática principal del proyecto.

### ***4.2.1. Restaurante mexicano***

Un restaurante mexicano es un tipo de establecimiento que se especializa en ofrecer comida tradicional de México. Su menú suele incluir una variedad de platillos representativos de la gastronomía mexicana, como tacos, enchiladas, quesadillas, pozole, mole, guacamole, entre otros, utilizando ingredientes característicos como maíz, chiles, frijoles, cilantro y diferentes tipos de carnes. Además de la comida, estos restaurantes pueden ofrecer bebidas tradicionales como tequila, mezcal y aguas frescas. La decoración y el ambiente en un restaurante mexicano a menudo reflejan la cultura y tradiciones del país, con elementos como colores vivos, música mexicana.

### ***4.2.2. Humus de la lombriz***

El humus de lombriz es un abono orgánico 100% natural, resultado del procesamiento de materia orgánica a través del tracto intestinal de lombrices durante un período cercano a un año. Este abono mejora la porosidad y la capacidad de retención de humedad del suelo, incrementa la

actividad bacteriana y no genera problemas por sobredosificación. Contiene nutrientes esenciales como nitrógeno, fósforo, potasio, calcio, magnesio, sodio, manganeso, hierro, cobre y zinc, en cantidades adecuadas para el óptimo crecimiento de las plantas. Su alto contenido en materia orgánica favorece la retención de agua y la circulación de aire, haciendo los suelos más esponjosos (Marnetti, 2012).

#### ***4.2.3. Modelo de negocio***

Es una estructura dinámica que permite gestionar proyectos o empresas como unidades de negocio, enfocándose en resaltar el potencial emprendedor. Un modelo de negocios busca organizar de manera simple y efectiva la información clave de la empresa, permitiendo adaptarse rápidamente a los cambios del entorno. El modelo Canvas, en particular, es una herramienta que facilita esta flexibilidad, al permitir una visión estructurada y ágil de las oportunidades y necesidades del mercado en contextos de emprendimiento e innovación (Ferreira, 2015).

#### ***4.2.4. Análisis PESTEL***

El análisis PESTEL es una herramienta estratégica utilizada para identificar y evaluar los factores externos que pueden afectar el negocio (Torres, 2019). Se centra en seis dimensiones clave:

**Político:** Regulaciones gubernamentales, estabilidad política y políticas fiscales que pueden influir en la industria de la restauración.

**Económico:** Factores como la inflación, el desempleo, el poder adquisitivo y las tasas de interés que impactan en el consumo de bienes y servicios.

**Social:** Tendencias demográficas, cambios en las preferencias del consumidor, hábitos alimenticios y estilos de vida que afectan la demanda de comida mexicana.

**Tecnológico:** Innovaciones tecnológicas que optimizan la operación del restaurante, desde sistemas de punto de venta hasta el uso de tecnología para el manejo de residuos.

**Ecológico:** Factores ambientales y normativas relacionadas con la sostenibilidad y la gestión de residuos orgánicos.

**Legal:** Leyes laborales, normativas de seguridad alimentaria y regulaciones medioambientales que deben cumplirse en el restaurante.

#### ***4.2.5. Cinco Fuerzas de Porter***

Las Cinco Fuerzas de Porter son un modelo que permite analizar la estructura de un sector y su competitividad. Estas fuerzas incluyen: la rivalidad entre competidores existentes, la amenaza de nuevos entrantes, la amenaza de productos o servicios sustitutos, el poder de negociación de los proveedores y el poder de negociación de los clientes. La intensidad de estas fuerzas determina la rentabilidad de un sector a largo plazo (Porter, 2008).

#### ***4.2.6. Investigación de Mercados***

La investigación de mercados, según Kotler (1996), es el proceso de planificación, recopilación y análisis de información relevante para la toma de decisiones en las estrategias de marketing. Esta investigación conecta al consumidor, los clientes y el público con el vendedor mediante la información, permitiendo identificar oportunidades y debilidades en el marketing de la empresa, evaluar y mejorar sus actividades de marketing, y monitorear el comportamiento del mercado, incluidas las ventas y el servicio posventa (Vargas, 2017).

**Fuentes primarias:** Las fuentes primarias son aquellas que proporcionan información directa y original sobre el tema investigado. Pueden incluir documentos, registros, entrevistas, encuestas, y observaciones realizadas por personas que estuvieron presentes en los eventos o tienen

conocimiento directo del tema. Su importancia radica en que ofrecen datos de primera mano, esenciales para la validez y confiabilidad de una investigación (Gallego, 2023).

**Fuentes secundarias:** Las fuentes secundarias son materiales que proporcionan información o interpretaciones sobre datos o hechos ya investigados, elaborados por personas que no estuvieron presentes en los eventos. Estas fuentes ayudan a obtener una comprensión más amplia del tema y deben evaluarse críticamente para garantizar su validez y fiabilidad. Ejemplos de fuentes secundarias incluyen libros, artículos, informes, estadísticas y revisiones bibliográficas (Gallego, 2023).

#### ***4.2.7. Plan de mercados***

Es un documento estratégico que detalla las acciones y tácticas que una empresa implementará para promocionar y vender sus productos o servicios en un período determinado. Incluye el análisis del mercado, la identificación del público objetivo, el establecimiento de objetivos de marketing, el diseño de estrategias para atraer y retener clientes, y la definición de un presupuesto y cronograma para las actividades. El plan de mercadeo busca alinear los recursos de la empresa con las oportunidades de mercado para maximizar la efectividad y lograr los objetivos comerciales (Gallego, 2023).

#### ***4.2.8. Estudio técnico***

El estudio técnico, también conocido como ingeniería del proyecto, se ocupa de establecer la estructura completa de una empresa, cubriendo tanto los aspectos físicos como los administrativos. En el ámbito de la administración, este análisis incluye la gestión de inventarios, los sistemas de producción, las finanzas y otras áreas clave para asegurar el funcionamiento eficiente y eficaz de la organización (Mondragón, 2017).

#### ***4.2.9. Análisis organizacional***

El análisis organizacional es un enfoque sistemático que examina las diferentes dimensiones que componen una organización, como su proyecto o propósito fundamental, la estructura organizativa, la integración psicosocial entre sus miembros, las condiciones de trabajo, el sistema político interno y su contexto externo. Este análisis permite comprender cómo interactúan estos elementos dentro de un sistema socio-técnico que busca satisfacer las necesidades tanto de sus integrantes como de una audiencia externa, y cómo se relaciona la organización con su entorno socioeconómico y político (Schlemenson, 2019).

#### ***4.2.10. Estudio Legal***

Es el análisis de las normas, reglamentos y regulaciones vigentes que impactan la constitución y el funcionamiento de una empresa. Este estudio tiene como objetivo asegurar que la empresa opere dentro de los límites legales, facilitando su formalización y permitiéndole acceder a beneficios como el crédito financiero, la emisión de comprobantes de pago, el cumplimiento de obligaciones fiscales, y la participación como proveedor de grandes empresas o entidades del Estado (Hamilton y Pezo, 2005).

#### ***4.2.11. Evaluación de impacto ambiental***

La Evaluación de Impacto Ambiental (EIA) es un proceso sistemático que identifica, analiza y comunica, de manera anticipada, los posibles efectos que una determinada acción, como un proyecto de ingeniería o una política, podría generar en la salud humana, el bienestar social y el medio ambiente. Este procedimiento también contempla la evaluación y la implementación de medidas para mitigar los impactos significativos tanto en aspectos biofísicos como sociales, antes de tomar decisiones clave que puedan repercutir en el entorno (Sánchez, 2011).

#### ***4.2.12. Análisis financiero***

Es el proceso que implica una evaluación tanto cualitativa como cuantitativa de los componentes de una organización, con el objetivo de obtener un diagnóstico sobre su desempeño financiero. Este análisis permite identificar la situación financiera de la empresa mediante el estudio de sus recursos económicos, lo que incluye presupuestar, proyectar finanzas, administrar el efectivo y crédito, y evaluar inversiones. La importancia del análisis financiero radica en su capacidad para informar decisiones estratégicas que mantengan la rentabilidad de la empresa y mejoren su desempeño, aprovechando mejor sus recursos y aumentando su valor a largo plazo (Lavalle, s.f.).

### **5. Análisis del Sector**

#### **5.1. Análisis del Macroentorno (PESTEL)**

La metodología PESTEL es una herramienta de análisis estratégico utilizada para examinar el entorno macroeconómico de una organización, evaluando de manera sistemática los factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales. Estos componentes permiten identificar las fuerzas externas que pueden impactar directa o indirectamente en la viabilidad y el desempeño de un negocio.

##### ***5.1.1. Factor político***

En Colombia, existen diversas subvenciones públicas y programas de apoyo gubernamental que pueden beneficiar a los restaurantes y otros negocios del sector gastronómico. Estas ayudas buscan mejorar la productividad, fomentar la innovación y apoyar la recuperación

económica tras los efectos de la pandemia. A continuación, se detallan algunas de las más relevantes:

Créditos Bancóldex. El gobierno ofrece líneas de crédito a través de Bancóldex, dirigidas a pequeñas y medianas empresas, incluidos restaurantes. Estos créditos tienen tasas de interés reducidas y plazos de pago extendidos, con el fin de mejorar la liquidez de los negocios. Además, las microempresas pueden acceder a fondos para la refinanciación de deudas (Semana, 2020) (Comercio, Industria y Turismo, 2024)

Ya que, en Colombia, las micro y pequeñas empresas son esenciales para la economía, siendo responsables de generar alrededor del 70% de los empleos en el país. Este dato es un gran incentivo para seguir promoviendo el desarrollo y la transformación de estas empresas. A través de la Promotora de Comercio Social, más de 300 empresarios están conectando sus sueños y logrando comercializar sus productos de manera efectiva, aprovechando el apoyo que les brinda esta entidad para impulsar su crecimiento y competitividad. Esta colaboración fortalece la capacidad de los pequeños emprendedores para expandir sus mercados y asegurar su sostenibilidad (Promotora de Comercio Social, s.f.)

El Programa EMPRETUR, es un programa del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo tiene como objetivo apoyar a las empresas del sector turístico, incluidos los restaurantes en zonas turísticas. A través de EMPRETUR, las empresas pueden acceder a capacitación, asesoría, y financiación para mejorar su competitividad y sostenibilidad (MinComTur, 2023).

La reciente reforma tributaria, que incluye impuestos sobre bebidas azucaradas y alimentos ultra procesados, también afecta a los restaurantes. Aunque el impacto de estos impuestos puede ser limitado en algunos establecimientos, los restaurantes que dependen de productos básicos como

la carne, leche y huevos han experimentado un aumento en los costos debido a la inflación, lo que ha forzado cambios en los menús y la estructura de precios (Infobae 1, 2023) (EY, 2024)

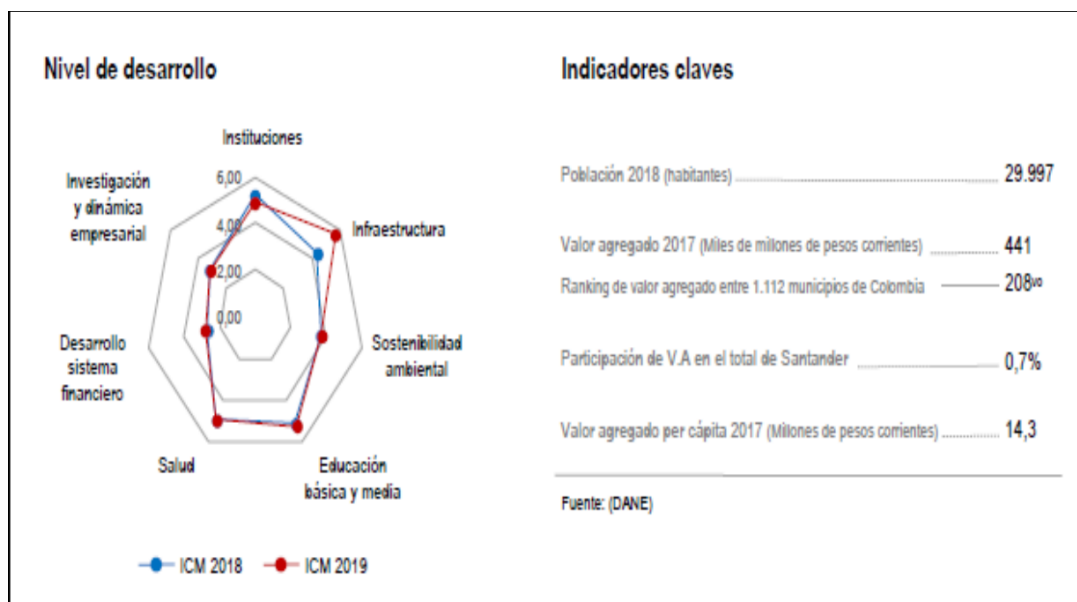
### ***5.1.2. Factor Económico***

El Socorro desempeña un papel clave en la economía del sur de Santander y, en 2019, ocupó el sexto lugar en el Índice de Competitividad Municipal (ICM) con un puntaje de 4.33, mejorando frente al 4.18 obtenido en 2018. Este avance se debió principalmente al fortalecimiento de su infraestructura, destacando el aumento de la cobertura de gas domiciliario y el incremento en el número de hogares con acceso a internet. En el ranking de 2019, los municipios más cercanos a El Socorro en puntaje fueron Piedecuesta, en quinta posición con 4.57, y Barichara, en séptima con 4.15 (Plan de Desarrollo Socorro, 2020).

De acuerdo con el ranking, las principales debilidades de El Socorro se encuentran en los pilares de sostenibilidad ambiental, instituciones, salud y educación básica y media. En contraste, el pilar de infraestructura fue el que mostró mayor avance en 2019, gracias a la ampliación en la cobertura de servicios públicos. Sin embargo, persisten áreas de mejora en los pilares de desarrollo del sistema financiero, investigación y dinámica empresarial, donde la puntuación fue relativamente baja (Plan de Desarrollo Socorro, 2020).

**Figura 2.**

*Niveles de desarrollo por pilares, el Socorro.*



*Nota. Imagen capturada del Plan de Desarrollo Socorro 2020 – 2023, donde se muestra los pilares de desarrollo del Municipio.*

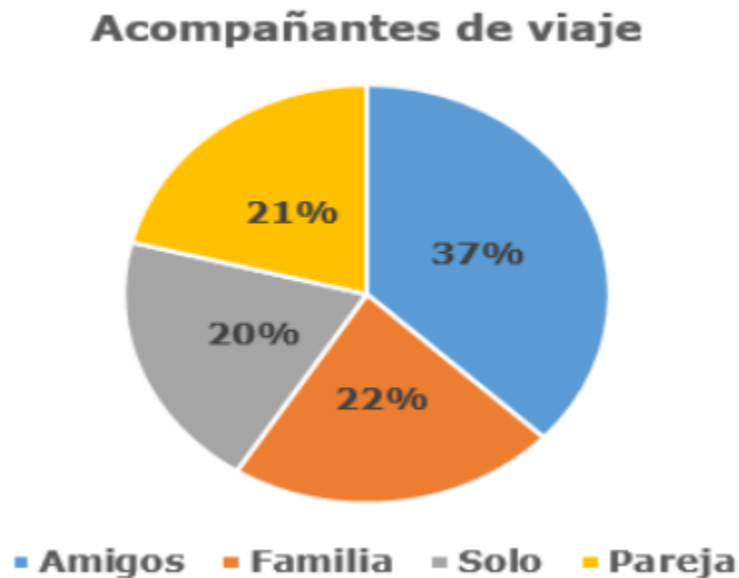
El perfil económico de El Socorro se sustenta principalmente en las actividades agropecuarias, ganadería, comercio y prestación de servicios. La producción agrícola, que incluye cultivos de café, caña de azúcar y cítricos, es la principal generadora de empleo en el municipio. En términos de la estructura económica de los establecimientos comerciales, un 11% está orientado a la industria, un 56% al comercio, un 27% a los servicios, y un 6% a otras actividades económicas (Plan de Desarrollo Socorro, 2020).

El Plan Estratégico de Desarrollo Turístico 2016-2025 identificó que el 96% de los turistas que visitan El Socorro son de origen nacional, mientras que el 4% restante proviene de países como Estados Unidos, Francia, México y Argentina. De los turistas nacionales, el 23% procede de otros municipios de Santander, el 32% de Cundinamarca y más del 10% de la región del Eje Cafetero. En términos etarios, el 34% de los visitantes tiene menos de 35 años, el 49% se encuentra entre los

36 y 55 años, y el 17% supera los 56 años. Asimismo, cerca del 80% de los turistas viajan acompañados (Plan de Desarrollo Socorro, 2020).

**Figura 3.**

*Acompañantes de los turistas, El Socorro.*



*Nota. Imagen capturada del Plan de Desarrollo Socorro 2020 – 2023.*

En 2022, el sector de alojamiento y servicios de comida, que incluye la gastronomía, representó el 3,9% del PIB de Colombia, aportando 56,7 billones de pesos. Además, generó casi 1,5 millones de empleos, siendo un sector clave para el empleo juvenil, ya que más del 30% de sus trabajadores son menores de 28 años. Este sector enfrenta retos como las nuevas regulaciones laborales que podrían aumentar significativamente los costos operativos para los restaurantes (ANDI, 2023).

En 2024, el tipo de interés de política monetaria en Colombia se encuentra en 10,75%, tras una reducción de 50 puntos básicos realizada en agosto de 2024 por el Banco de la República (Banco de la República. 2024). Este nivel afecta directamente a los restaurantes y otros negocios que dependen del crédito, ya que los costos financieros para obtener préstamos siguen siendo

elevados. Además, la desaceleración económica prevista, con un crecimiento moderado del 1,5% para 2024, ha afectado significativamente el comportamiento del consumidor, reflejándose en una baja confianza. Esta desconfianza se ha traducido en una disminución del 11% en las visitas a restaurantes durante el primer semestre de 2023, lo que evidencia un impacto directo en el sector de consumo y servicios, alineado con las tendencias de contención del gasto ante la incertidumbre económica (Pulzo, 2023).

Por otro lado, en el año 2022 en el departamento de Santander se registró un crecimiento del PIB del 5,3%, con una cifra de 59.057 miles de millones de pesos (DANE, 2023). De acuerdo con diversos reportes económicos y la cámara de comercio, se estima que la participación promedio de Santander en el PIB nacional ha sido del 6.4% entre los años 2010 y 2022, lo que ha posicionado a esta región como la quinta economía más importante del país.

Los sectores que más contribuyeron al PIB de la región fueron las industrias manufactureras y el rubro derecho e impuestos, que representaron 18,4% y 18%, respectivamente. El comercio, los hoteles y la reparación también aportaron 14,3% a la economía durante el año pasado. Destacan rubros como comercio, hoteles y reparación (14,3%); agricultura, ganadería y pesca (12,1%); administración pública y defensa (9,2%); minas y canteras (4,3%) (Acosta, 2023).

Así mismo, la inflación en Colombia (IPC) en diciembre de 2023 fue 9,28%, es decir, 3,84 puntos porcentuales menor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 13,12%, (DANE, 2023). De acuerdo con los datos se muestra una inflación acumulada de 8,78% desde el inicio del año. Es una caída significativa con respecto al 11,72% que se registraba en noviembre de 2022.

Por otra parte, en el país para el mes de noviembre de 2023, la tasa de desempleo del total nacional fue de 9,0%, cifra más baja desde noviembre de 2018, lo que representó una mejora significativa; la tasa global de participación se ubicó en 64,1% y la tasa de empleo fue de 58,3%. En el mismo mes de 2022 estas tasas fueron 9,5%, 63,4% y 57,4%, respectivamente. La tasa de desempleo en noviembre de 2023, en el total de las 13 ciudades y áreas metropolitanas fue de 8,7%, en el mismo mes de 2022 fue 9,1%. La tasa global de empleo se ubicó en 67,3%, lo que representó un aumento de 1,8 puntos porcentuales respecto a noviembre de 2022 (65,5%). Finalmente, en el mes de diciembre, la tasa de desempleo fue 61,4%, lo que representó un aumento de 1,9 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2022 (59,5%) (DANE, 2023).

Se prevé una disminución gradual de la inflación en 2024, con estimaciones que la ubican en un rango del 5,4% al 7%, dependiendo de las políticas monetarias implementadas por el Banco de la República (Banco de la República. 2024).

### ***5.1.3. Factor Social***

En el año 2005, la población de El Socorro era de 28.738 habitantes, con una proyección del DANE para 2019 de 31.231 habitantes y según datos de la Cámara de Comercio de Bucaramanga en el informe Dinámica Empresarial en provincia la población para el año 2024 es de 35.936 habitantes (2023). Sin embargo, el censo del DANE de 2018 reportó un total de 29.997 habitantes. Esta discrepancia se atribuye a la disminución de la tasa de fecundidad, que es de 1,83 hijos por mujer, y a la migración de la población joven hacia las principales ciudades del país (Plan de Desarrollo Socorro, 2020). Además, se registran 8.596 hogares, 10.309 viviendas y 26.498 personas viviendo en lugares particulares. También se identifican 522 personas en viviendas de tipo LEA (Lugares Especiales de Alojamiento). Estos datos reflejan una ligera mayoría femenina en la población del municipio (DANE, 2018).

**Tabla 2.***Población por rango etario, el Socorro.*

<b>Rango Etario</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>	
<b>00-04</b>	1.084	1.084	2.168	9.268
<b>00 a 05</b>	1.049	1.103	2.152	
<b>10 a 14</b>	1.077	1.091	2.168	18.362
<b>15 a 19</b>	1.629	1.151	2.780	
<b>20 a 24</b>	1.786	1.204	2.990	
<b>25 a 29</b>	1.447	1.209	2.656	
<b>30 a 34</b>	1.183	1.051	2.234	
<b>35 a 39</b>	1.069	1.044	2.113	
<b>40 a 44</b>	997	980	1.977	
<b>45 a 49</b>	904	901	1.805	
<b>50 a 54</b>	863	932	1.795	
<b>55 a 59</b>	752	832	1.584	
<b>60 a 64</b>	555	653	1.208	2.367
<b>65 a 69</b>	405	488	893	
<b>70 a 74</b>	256	362	618	
<b>75 a 79</b>	158	252	410	
<b>80 a mas</b>	153	293	446	
<b>Total</b>	15.367	14.630	29.997	

*Nota.* Los datos fueron tomados del Plan de Desarrollo Socorro 2020 – 2023.

El Esquema de Ordenamiento Territorial (EOT) de El Socorro, formulado en 2002 y adoptado en 2003, está vencido pero vigente hasta la aprobación de un nuevo EOT. En 2019, el 81,8% de la población vivía en el área urbana, donde el uso del suelo varía: el norte se caracteriza por vivienda de interés social, el centro por actividades comerciales y administrativas, el oriente por usos mixtos y expansión, el sur por industria y vivienda, y el occidente está limitado por la topografía. Además, el municipio del Socorro cuenta con un total de 11.417 viviendas, de las cuales 2.396 se encuentran en el área rural y 9.021 en el área urbana (Plan de Desarrollo Socorro, 2020).

El Acuerdo Municipal 029 de 2015 institucionalizó diversos eventos culturales en El Socorro para preservar las tradiciones santandereanas y atraer turistas, destacándose el Festival Departamental del Café (febrero), la Conmemoración de la Revolución de los Comuneros (16 de

marzo), la Fiesta de Nuestra Señora del Socorro (16 de junio), el Carnaval de la Independencia (10 de julio), el Concurso Departamental de Danzas y el Concurso Nacional de Bandas Marciales "Escudo de Armas del Socorro". Además, se incluyen la Semana Cultural José A. Morales y el Concurso Nacional de la Canción José A. Morales, junto con eventos promovidos por el Instituto de Cultura y Turismo como la Semana de la Poesía y la Ruta Navideña (Plan de Desarrollo Socorro, 2020).

En cuanto a niveles de estudio en Socorro, Santander, las mujeres superan a los hombres en formación superior, con 1.972 mujeres frente a 1.496 hombres con estudios universitarios, y 824 mujeres frente a 495 hombres en formación técnica. Sin embargo, más hombres (2.688) que mujeres (2.348) no completaron la primaria, lo que indica un mayor rezago masculino en educación básica. La mayoría de la población ha completado la educación media (3.001 mujeres y 2.800 hombres), mientras que una proporción significativa de hombres (616) no reportó su nivel educativo. Las mujeres tienen una mayor presencia en niveles avanzados de estudio, mientras que los hombres muestran una mayor tendencia a abandonar en las primeras etapas educativas (DANE -Geoportal-, 2018).

**Tabla 3.**

*Nivel Educativo, el Socorro.*

<b>Nivel educativo</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
<b>Preescolar</b>	282	271
<b>Primaria completa</b>	1.855	1.805
<b>Primaria incompleta</b>	2.348	2.688
<b>Secundaria completa</b>	551	478
<b>Secundaria incompleta</b>	1.541	1.587
<b>Media completa</b>	3.001	2.800
<b>Media incompleta</b>	308	357
<b>Normal completa</b>	11	3
<b>Normal incompleta</b>	15	15
<b>Técnico</b>	824	495
<b>Tecnológico</b>	431	315

<b>Universitario</b>	1.972	1.496
<b>Especialización</b>	482	274
<b>Maestría</b>	48	47
<b>Doctorado</b>	23	27
<b>Ninguno</b>	514	431
<b>Sin información</b>	194	616
<b>Total</b>	14.400	13.705

*Nota.* Cifras tomas del Geoportal del DANE.

En cuanto a la distribución por estratos socioeconómicos es la siguiente: el estrato 2 representa el 62,6% de la población, seguido por el estrato 3 con el 18,4%, y el estrato 1 con el 13%. Los estratos más altos tienen una participación mucho menor: el estrato 4 corresponde al 2,5%, el estrato 5 al 0,2%, y el estrato 6 apenas al 0,04%. Además, el 0,3% de la población no tiene estrato asignado. Esto indica que la mayoría de la población pertenece a estratos bajos y medios (DANE, 2018).

#### ***5.1.4. Factor Tecnológico***

Actualmente, con el auge tecnológico, usar herramientas tecnológicas en el sector empresarial es de vital importancia para ser más competitivo en el mercado; al optimizar procesos, mejorar la calidad, evitar el desperdicio, economizar y en general hacer mucho más eficientes los procesos de un producto o servicio; además, es fundamental utilizar los diferentes medios tecnológicos para promocionar y fidelizar a los clientes y/o proveedores.

En Colombia, el mercado de tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), ha experimentado un crecimiento significativo. De acuerdo con la Universidad Nacional de Colombia, para el 2030 se prevé que la innovación científica y tecnológica aumente un 20% (Laverde, 2023). Sumado a lo anterior, de acuerdo con el informe anual realizado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, que proporciona parámetros de resultados y clasifica 132 economías en función de sus ecosistemas de innovación, en el año 2022, Colombia obtuvo el puesto 64, mejorando su posición respecto al año 2021, donde ocupó el puesto 67. Para

calificar a cada país la OMPI mide la innovación teniendo en cuenta aproximadamente 80 indicadores agrupados en: insumos de innovación y resultados (DataCrédito Empresas, 2023).

Por otra parte, un estudio realizado por la consultora gastronómica FoodTech Insights reveló que el 80 % de los restaurantes utilizan algún tipo de sistema de gestión de pedidos y reservas. Además, el 65 % de los restaurantes están implementando soluciones de automatización en sus operaciones, como sistemas de pedidos en línea y kioscos de autoservicio.

Los restaurantes que han incorporado soluciones tecnológicas informan una mejora significativa en la eficiencia operativa, con una reducción del tiempo de espera promedio en un 30% y una disminución del 20% en los costos operativos. Además, se ha observado un aumento del 15% en la satisfacción del cliente, ya que los comensales valoran la rapidez en el servicio y la capacidad de personalización que ofrecen las nuevas tecnologías (Díaz, 2023).

El Internet de las Cosas (IoT) ha revolucionado los hogares con la integración de electrodomésticos inteligentes que mejoran la calidad de vida y optimizan tareas cotidianas sin intervención humana. Un ejemplo clave son las cocinas inteligentes, donde las estufas de inducción han transformado el diseño y la seguridad, ofreciendo un control preciso de temperatura, reducción de riesgos y menor consumo de gas. Además, griferías y otros electrodomésticos conectados permiten una gestión más eficiente de recursos, contribuyendo a la sostenibilidad y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

El diseño de una cocina inteligente no solo incluye tecnología avanzada, sino también una distribución eficiente del espacio de almacenamiento, optimizada para agilizar tareas diarias. Estas cocinas buscan facilitar la vida doméstica mientras reducen el consumo de energía y agua, consolidándose como una solución tecnológica y sostenible para el futuro (Alfa, s.f.). También se

recomienda optar por iluminación LED, que ahorra hasta un 85% de energía, y utilizar botellas de vidrio reutilizables para evitar el uso excesivo de plásticos (inventtgroup, s.f.).

### ***5.1.5. Factor Ecológico***

#### **Leyes de protección medioambiental.**

En Colombia, las normativas medioambientales tienen como objetivo fomentar la sostenibilidad en el sector empresarial, regulando diversas áreas como la protección de los recursos naturales, la reducción de emisiones y el manejo responsable de residuos. Estas regulaciones buscan promover la adaptación al cambio climático, incentivar la eficiencia en el uso de materiales y energías, y establecer sanciones para quienes incumplan con las medidas ambientales. Además, se fomenta la adopción de tecnologías más limpias, la gestión adecuada de empaques y residuos, y la transición hacia prácticas empresariales que minimicen el impacto negativo sobre el medio ambiente, contribuyendo así al desarrollo sostenible del país.

A continuación, se muestran algunas normativas que podrían afectar el proyecto:

**Tabla 4.**

*Leyes medioambientales.*

<b>Ley/Normativa</b>	<b>Descripción</b>
<b>Ley 1333 de 2009</b>	Regula el régimen sancionatorio ambiental, estableciendo multas y sanciones para las empresas que incumplan las normativas ambientales. Se aplica a infracciones sobre emisiones, vertimientos y afectaciones al ecosistema.
<b>Ley 1931 de 2018</b>	Establece medidas para la adaptación al cambio climático y promueve la gestión del riesgo climático en las actividades económicas.
<b>Decreto 1076 de 2015</b>	Es el Decreto Único Reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible, que reúne normativa sobre protección ambiental, gestión de residuos y conservación de biodiversidad.
<b>Ley 1972 de 2019</b>	Promueve el uso de plásticos biodegradables y regula el uso de plásticos de un solo uso, afectando a empresas que utilizan o producen empaques plásticos.

<b>Resolución 631 de 2015</b>	Establece los límites máximos permisibles de vertimientos para actividades productivas y empresariales. Las empresas deben cumplir estos límites.
<b>Ley 1549 de 2012</b>	Incentiva la producción más limpia en las empresas mediante la reducción de impactos ambientales y promoviendo la eficiencia en el uso de recursos.
<b>Resolución 1407 de 2018</b>	Reglamenta la gestión de envases y empaques, fomentando su reciclaje y reutilización. Las empresas deben implementar sistemas de reciclaje.

El gobierno colombiano ha implementado políticas para enfrentar los efectos del cambio climático, tales como la promoción de energías renovables y la reforestación. Además, se ha comprometido a reducir un 51% de sus emisiones de gases de efecto invernadero para el año 2030 (Cambio, 2023). La Ley de Acción Climática y los esfuerzos para incluir estrategias de adaptación en el Plan Nacional de Desarrollo son parte de las acciones para hacer frente a este desafío (MinAmbiente, 2023).

Uno de los mayores problemas ambientales es la contaminación por plásticos. Colombia genera anualmente 700.500 toneladas de envases y empaques plásticos, de los cuales solo el 30% se recicla. La conciencia social está aumentando, y el 69% de los colombianos afirma estar dispuesto a reducir su consumo de plásticos de un solo uso (infobae, 2024). A pesar de estos avances, persisten retos en la implementación de normativas y en la educación ambiental para aumentar los niveles de reciclaje y reducir la contaminación (Inicio, 2024).

Por otra parte, los ODS 12, 13 y 15 tienen un impacto directo en cualquier proyecto que busque integrar la sostenibilidad en su estrategia. La adopción de prácticas de producción y consumo responsables (ODS 12) puede mejorar la eficiencia en el uso de recursos, reducir costos y minimizar el impacto ambiental, favoreciendo una economía circular que optimice el reciclaje y la gestión de residuos. Tomar acción frente al cambio climático (ODS 13) es crucial para mitigar riesgos ambientales que podrían afectar las operaciones, impulsando el uso de energías renovables

y la reducción de emisiones de carbono, lo que no solo mejora la reputación, sino también el cumplimiento normativo. Además, la protección de los ecosistemas terrestres (ODS 15) fomenta la sostenibilidad en la cadena de suministro al evitar prácticas que degradan el medio ambiente, como la deforestación, y promueve la preservación de la biodiversidad, lo que puede ser un valor añadido al proyecto en términos de responsabilidad social y ambiental.

Además, es importante incorporar en los negocios eco-materiales como el bambú, ideal para muebles y accesorios por ser resistente y de rápido crecimiento, y reutilizar muebles antiguos para darles una segunda vida, lo que añade un toque estético único y sostenible. En cuanto a los utensilios, se sugieren materiales como madera de cedro y acero de carbono, los cuales son duraderos y respetuosos con el medio ambiente (inventtgroup, s.f.).

#### ***5.1.6. Factores Legales***

Reforma tributaria 2023: Se introdujo el impuesto saludable del 10% sobre productos azucarados y ultra procesados, lo que puede afectar a los restaurantes que ofrezcan estos productos en su menú. También incluye un impuesto a los plásticos de un solo uso, lo que impacta el costo de los empaques y productos como bebidas y alimentos empacados (Institucional Colombia, 2023).

La Ley 789 de 2002 estableció el Fondo Emprender, una cuenta especial gestionada por el SENA, cuyo propósito es proporcionar capital semilla no reembolsable a proyectos empresariales. Este fondo tiene como objetivo promover el emprendimiento a través de convocatorias que apoyan iniciativas productivas.

La Ley 1801 de 2016, conocida como el Código Nacional de Policía y Convivencia, regula el uso de espacios públicos, los niveles de ruido y los horarios de operación. Esta normativa es esencial si un restaurante planea ofrecer música en vivo o servicios durante la noche.

La Ley 300 de 1996 establece que, si un restaurante desea promocionarse como parte de la oferta turística de la región, es fundamental inscribirse en el Registro Nacional de Turismo. Esta inscripción permite acceder a beneficios como el reconocimiento oficial dentro de las rutas turísticas.

La Ley 1618 de 2013 exige que todos los establecimientos abiertos al público aseguren la accesibilidad para personas con discapacidad. Esto implica que el diseño del local debe incorporar rampas y baños adaptados para cumplir con las disposiciones legales y facilitar el acceso a todas las personas.

Para establecer un restaurante el INVIMA influye al regular la calidad y seguridad de los ingredientes utilizados, asegurándose de que todos los productos, como carnes, salsas y otros insumos, cumplan con las normativas de seguridad alimentaria. Además, establece las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), lo que implica mantener condiciones higiénicas adecuadas en la preparación, manipulación y almacenamiento de los alimentos.

El INVIMA también puede realizar inspecciones periódicas para verificar el cumplimiento de estas normativas y, si el restaurante vende productos empacados como salsas o tortillas, regula el etiquetado de dichos productos, asegurándose de que se brinde información clara sobre ingredientes y fechas de caducidad. El cumplimiento de estas regulaciones es clave para evitar sanciones y garantizar la seguridad de los consumidores.

## **5.2. Análisis del Microentorno (5 Fuerzas de Porter)**

Para el análisis del microentorno se utilizará la herramienta de las cinco fuerzas de Porter, que permiten determinar el poder competitivo de una organización a través de los siguientes factores:

### ***5.2.1. Poder de negociación de los proveedores (Media Baja)***

El poder de negociación de los proveedores para un restaurante mexicano en Socorro, Santander, está influenciado por varios factores que determinan el control que los proveedores pueden ejercer sobre precios y condiciones. En primer lugar, la disponibilidad limitada de proveedores locales de productos esenciales, como carne y vegetales frescos, aumenta el poder de los proveedores, ya que hay menos opciones para el restaurante. Este factor les permite imponer precios más altos o condiciones de entrega específicas, especialmente si ofrecen productos difíciles de sustituir en la zona (FAQ Restaurant. s.f.).

Un factor que puede ayudar a equilibrar este poder es el volumen de compras. Si el restaurante puede consolidar sus compras o establecer contratos a largo plazo con los proveedores, tiene la posibilidad de obtener descuentos o condiciones más favorables. Este tipo de relaciones a largo plazo es esencial para asegurar precios estables y una cadena de suministro confiable, especialmente en un mercado más pequeño como el de Socorro (XML a Excel. s.f.) (Corporativoriba.com, s.f.).

Además, la construcción de relaciones sólidas y de confianza con los proveedores permite negociar mejores términos. Mantener una buena comunicación y cumplir con los acuerdos de pago puede llevar a que los proveedores ofrezcan ventajas adicionales, como plazos de pago más largos o priorización en la entrega de productos (Péndulo s.f.). Finalmente, explorar alternativas de proveedores y mantener siempre opciones de respaldo ayuda a reducir la dependencia de un solo

proveedor, lo que puede disminuir su poder de negociación al saber que el restaurante tiene otras opciones disponibles (FAQ Restaurant, s.f.)(XML a Excel, s.f.).

Aunque los proveedores locales en Socorro pueden tener un poder de negociación considerable debido a la limitada oferta, se pueden mitigar este poder mediante estrategias como aumentar el volumen de compras, establecer relaciones duraderas y explorar alternativas cuando sea necesario.

Algunos de los posibles proveedores de carnes se muestran en la siguiente Tabla.

**Tabla 5.**

*Algunos de los proveedores de carne de Socorro.*

<b>Carnicería</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Teléfono</b>
<b>CARNES ALESPA</b>	Cl. 11 #14-54	301 6799171
<b>Chorizos el Nono</b>	Cl. 11 #10-48	311 8254172
<b>Llanera los Cuadros Socorro</b>	Cra. 17 #11-09	321 2271042
<b>Pesa de la plaza</b>	Cl. 12 #16-120	N/A
<b>la gran cosecha</b>	Cl. 12 #15-1	N/A

*Nota.* Estas son algunas de las carnicerías que suelen ser conocidas en el casco urbano de Socorro, Santander.

En cuanto a mercados que suelen ofrecer buenos precios se encuentran supermercados, Furvers (Mercados de verduras, frutas y carnes) y Plazas de mercados.

**Tabla 6.**

*Algunos mercados de Socorro.*

<b>Supermercado</b>	<b>Teléfono</b>
<b>Hogar Coomultrasan Socorro</b>	315 3722191
<b>Todomenos supermercado</b>	313 4333486
<b>Tienda Socorro</b>	N/A
<b>Supermercado Mercaexpress S</b>	77296621
<b>Supermercado MILCA</b>	77272927
<b>Maxipunto Supermercado</b>	314 2528546
<b>Supermercado Automerca - Coomultrasan</b>	316 5511164
<b>Tiendas ARA</b>	N/A

<b>Supermercado</b>	<b>Teléfono</b>
<b>EL 9CITO CARNES FRUTAS &amp; VERDURAS</b>	77276980
<b>TIENDAS D1</b>	N/A
<b>Socorro Santander Pueblito Viejo</b>	N/A
<b>DISMAKRO supermercado</b>	N/A
<b>Plaza de Mercado Del Socorro</b>	304 5251363

*Nota.* Estos son algunos de los mercados que suelen ser conocidas en el casco urbano de Socorro, Santander y manejar buenos precios.

Al encontrar variedad de mercados los precios suelen ser competitivos. Por lo tanto, el poder de los proveedores suele ser Medio Bajo.

### ***5.2.2. Amenaza de la entrada de nuevos competidores (Media).***

La amenaza de nuevos competidores para un restaurante mexicano en el municipio de Socorro, Santander, está influenciada por varias barreras de entrada. Uno de los principales factores es la economía de escala, donde los restaurantes ya establecidos se benefician de costos unitarios más bajos gracias a su mayor volumen de operaciones. Esto dificulta que los nuevos competidores puedan igualar los precios sin incurrir en costos más altos. Además, la diferenciación del producto juega un papel clave, ya que los restaurantes locales con una sólida identidad y una base de clientes leales imponen una barrera significativa. Los nuevos entrantes tendrían que hacer una inversión considerable en marketing para destacar en un mercado limitado como Socorro (econoos, 2023) (OBS Business School, 2020).

El requerimiento de capital es otra barrera importante. Abrir un nuevo restaurante implica una inversión significativa en infraestructura, personal y promoción. Dado que Socorro es un mercado pequeño, conseguir financiamiento adecuado podría ser un reto para los nuevos competidores. Asimismo, el acceso a canales de distribución también representa una dificultad, ya que los restaurantes ya establecidos tienen relaciones fuertes con proveedores locales, lo que les permite asegurar insumos a precios competitivos (Innova, 2024).

Finalmente, los costos independientes de la escala, como la ventaja de una ubicación favorable o el acceso a ingredientes locales frescos, brindan a los competidores existentes una ventaja que es difícil de replicar por nuevos jugadores en el mercado (Nativos Digitales, s.f.). Estas barreras hacen que la entrada de nuevos competidores sea desafiante, especialmente si no pueden diferenciarse claramente o acceder a los recursos en condiciones competitiva.

Al existir variedad de barreras de entrada para nuevos competidores, la amenaza de la llegada de nuevos negocios en la misma especialidad en el sector suele ser Media Alta.

### ***5.2.3. Amenaza de productos sustitutos (Medio Alta)***

La amenaza de productos sustitutos se presenta cuando los clientes encuentran alternativas más accesibles o de similar calidad en otros tipos de comida local o internacional. En un mercado relativamente pequeño como Socorro, los restaurantes tradicionales de comida colombiana o las opciones rápidas y económicas pueden representar sustitutos directos para los platos mexicanos. Estos productos sustitutos son especialmente amenazantes cuando su costo es más bajo o cuando no existe una diferenciación clara entre la propuesta gastronómica mexicana y otras opciones disponibles en la localidad.

Uno de los factores que aumenta esta amenaza es la falta de diferenciación percibida entre los productos. Si los consumidores no ven un valor agregado significativo en la comida mexicana frente a otras opciones disponibles, estarán más inclinados a elegir alternativas más baratas, lo que obligará al restaurante a reducir precios, afectando sus ingresos. Además, la facilidad con la que los clientes pueden cambiar de un restaurante mexicano a otro tipo de oferta gastronómica en Socorro agrava esta situación, ya que la sustitución no requiere grandes esfuerzos o costos por parte del cliente (5 Fuerzas de Porter, s.f.).

Para contrarrestar esta amenaza, el restaurante debe enfocarse en mejorar la lealtad del cliente, ofrecer un producto claramente diferenciado y aprovechar herramientas de marketing que resalten las ventajas únicas de la comida mexicana. Innovar en el menú y ofrecer una experiencia única puede ayudar a reducir el impacto de los productos sustitutos en los ingresos del restaurante.

Entre los restaurantes que se encuentran en Socorro y que pueden ofrecer productos y servicios sustitutos a un restaurante mexicano se encuentran los siguientes:

**Tabla 7.**

*Algunos de los restaurantes de Socorro.*

<b>Restaurante</b>
RESTAURANTE EL SAMÁN El Horno de la Tía
EL PATIO RESTAURANTE PARRILLA La Barra 1539 Hamburguesas y algo más
RESTAURANTE CHEF DEL MAR RESTAURANTE Y HOSPEDAJE EL MOTORISTA
Restaurante Tierra Socorrana Restaurante Doña Ofelia
PIQUETEADERO DONDE CHUCHO Masterpizza Socorro
Juan mar restaurante Restaurante El Refugio
Restaurante Rancho Comunero Orly's
Fogón socorrano Restaurante el Balcón del Sazón
Vikings GastroBar Socorro Restaurante El Castillo
El Cortijo - Pizzeria

*Nota.* Restaurantes de Socorro que pueden ser sustitutos de un restaurante mexicano.

Dichos restaurantes ofrecen sus productos por un valor que va entre \$10.000 y \$70.000 pesos colombianos dependiendo el plato o menú. Al haber un número considerable de restaurantes en el Socorro la amenaza de productos sustitutos tiende hacer Medio Alta.

#### ***5.2.4. Rivalidad entre competidores (Medio Alta)***

La rivalidad entre competidores en el sector de los restaurantes en un mercado pequeño como el municipio de Socorro, Santander, puede ser bastante intensa debido a varios factores estructurales. Uno de ellos es el crecimiento lento del mercado, lo que significa que los restaurantes solo pueden expandirse capturando una mayor cuota de mercado de sus competidores. Esto genera una fuerte competencia, especialmente en términos de precios y calidad del servicio.

Otro factor relevante es la falta de diferenciación entre productos. Cuando los clientes perciben que los productos o servicios ofrecidos por los restaurantes son similares, la competencia se concentra en precios, lo que puede generar una guerra de precios que afecta la rentabilidad de todos los participantes. Además, la concentración de competidores directos en un área reducida, como suele ser el caso en municipios pequeños, aumenta la presión competitiva, ya que los negocios luchan por atraer al mismo grupo limitado de clientes

La rivalidad puede ser aún más intensa si los costos fijos son altos, ya que los restaurantes necesitarán generar un alto volumen de ventas para cubrir esos costos, lo que los empuja a competir agresivamente para atraer a más clientes. Así que al analizar las anteriores fuerzas se percibe que el nivel de Rivalidad entre Competidores es Medio Alta.

#### ***5.2.5. Poder de negociación de los compradores (Media Alta)***

El poder de negociación de los compradores para un restaurante mexicano en el municipio de Socorro, Santander, está influenciado por varios factores clave. Uno de los principales es la presencia de productos sustitutos. En una localidad pequeña como Socorro, los clientes tienen la posibilidad de optar por otros restaurantes locales que ofrezcan comida típica colombiana o internacional, lo que reduce la lealtad a un tipo de cocina específico. Esto otorga a los compradores mayor capacidad para exigir precios más bajos o una mejor calidad de servicio, ya que pueden

fácilmente acudir a otras opciones que cumplan sus expectativas (Parra et al, 2010) (Niño et al, 2020).

Además, el tamaño del grupo de compradores también juega un papel importante. En un mercado relativamente pequeño, los restaurantes dependen de un flujo constante de clientes locales y turistas. Los compradores, al estar bien organizados y compartir información sobre precios y calidad en la comunidad, pueden influir en la reputación del restaurante y en las decisiones de otros consumidores. Este comportamiento colectivo potencia su capacidad de negociación y puede llevar a que los restaurantes tengan que ajustar sus precios o mejorar la experiencia para atraer y mantener a los clientes (Niño et al, 2020).

Por último, el precio comparativo con productos similares es otra variable que incrementa el poder de negociación de los compradores. Si el precio de un plato en el restaurante mexicano es percibido como elevado frente a las alternativas locales, los consumidores estarán más inclinados a buscar opciones más accesibles, lo que presiona al restaurante a ofrecer promociones o ajustar su estrategia de precios para mantenerse competitivo (Parra et al, 2010).

En resumen, el poder de negociación de los compradores en Socorro se ve amplificado por la disponibilidad de sustitutos, el comportamiento colectivo de los clientes y la comparación de precios entre diferentes opciones, lo que puede influir en la rentabilidad y las estrategias comerciales de un restaurante mexicano en la región. Sin embargo, al contar con buenas estrategias de marketing resaltado la diferenciación del restaurante, el poder de negociación por parte de los clientes el Medio.

## **6. Investigación de Mercados**

### **6.1. Investigación de fuentes secundarias.**

En la clasificación de los Taste Atlas Awards 2023/2024, la cocina mexicana obtuvo el séptimo lugar entre las diez mejores del mundo, destacada por las valoraciones de expertos en gastronomía sobre sus platos tradicionales. Entre los platillos más representativos se encuentran los tacos, nachos, burritos y guacamole. Además, según Taste Atlas, algunos de los mejores lugares para disfrutar de la comida regional en México incluyen el Café de Tacuba en Ciudad de México, Caesar's en Tijuana, Prende en Ciudad de México y el World Famous Kentucky Bar & Grill en Ciudad Juárez (EL Tiempo, 2024).

Según la página Last.app muestra que revistas como Times pronostica que los sabores alrededor del mundo serán una de las tendencias que marcarán 2024, ya que se observa una proporción considerable de los negocios de restauración con menús de comidas internacionales y a su vez, estos restaurantes permiten a los clientes sumergirse en un viaje hacia una cultura diferente al del país local (Last.app, 2024). Otra de las tendencias cada vez más fuerte es la implementación de la IA (Inteligencia artificial) en los procesos productivos de las empresas, permitiendo así estudiar los datos y ser más eficientes con el consumo de los materiales, evitando desperdicios. También se puede utilizar para la personalización de pedidos o de promociones para los clientes.

Además, las personas cada vez están siendo más conscientes del impacto ambiental que está generando la humanidad con cada transformación, así que, son más exigentes y no solo se conforman con etiquetas ecológicas, si no, además, exigen a las negocios gastronómicos transparencia por medio de la indagación de cuáles son los métodos de preparación, la importancia de los ingredientes (en cuanto al nivel nutritivo, ya que cada vez, más personas suelen cuidar su

estado físico –tener una buena condición física o estar en forma-) y la trazabilidad de los alimentos (andalucialab, s.f.).

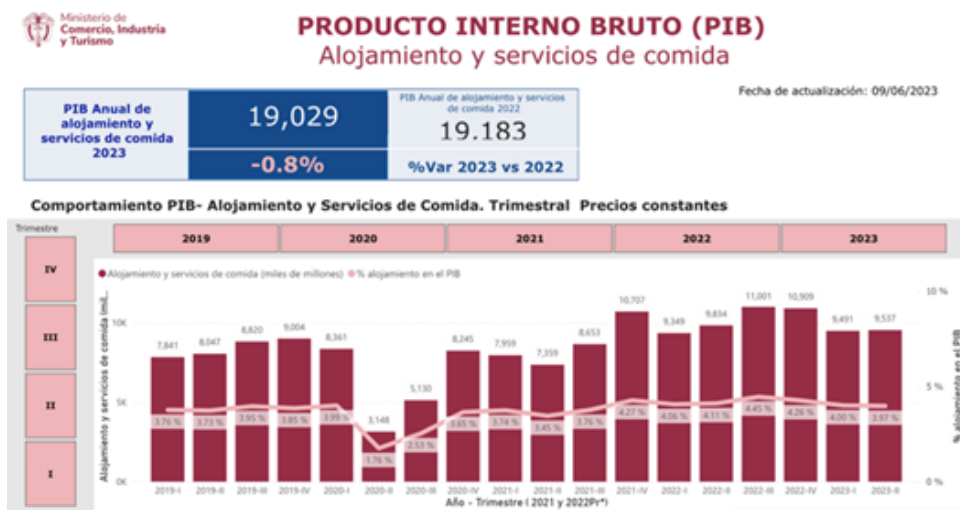
Los cambios en la alimentación de las personas y sus estilos de vida están generando la necesidad de incluir nuevos sabores y preparaciones, teniendo en cuenta la opinión de la red global de chefs de Griffith Foods las tendencias de consumo del 2023 que están marcando la diferencia son: Pollo, empaques sostenibles, café, miel, mexicana y desayunos (Buen Gusto 1, 2023).

Las comidas en establecimientos en Colombia representan el 6.7% del gasto de los hogares, que son cerca de 14,8 billones de pesos, según este Artículo las ventas en los restaurantes se han duplicado en comparación a las cifras que se presentaron antes de la pandemia, (Martínez, 2022).

Según un reporte presentado por el ministerio de comercio, industria y turismo el producto interno bruto (PIB) de alojamiento y servicios de comida para el segundo trimestre del 2023 se encuentra por encima de las cifras que presentaba antes de la pandemia, para poder observar un poco mejor se proporciona la siguiente imagen:

**Figura 4.**

*Producto interno bruto (PIB) alojamiento y servicios de comida.*



*Nota.* Producto interno bruto de alojamiento y servicios de comida. Tomado de MinTIC recuperado de (<https://portucolombia.mincit.gov.co/tematicas/pib-alojamiento-y-servicios-de-comidas>)

Como se puede observar en los índices de PIB, aunque respecto a los dos últimos trimestres del 2022 han disminuido un poco, se encuentra por encima de los dos primeros semestres del respectivo año y de los trimestres antes de la pandemia. Como se observa en el gráfico de barras en el último trimestre del 2021 el sector se recuperó y empezó a presentar un crecimiento notable, y se puede observar que a pesar de la inflación que se ha presentado en el último año, el sector se ha mantenido en un rango favorable.

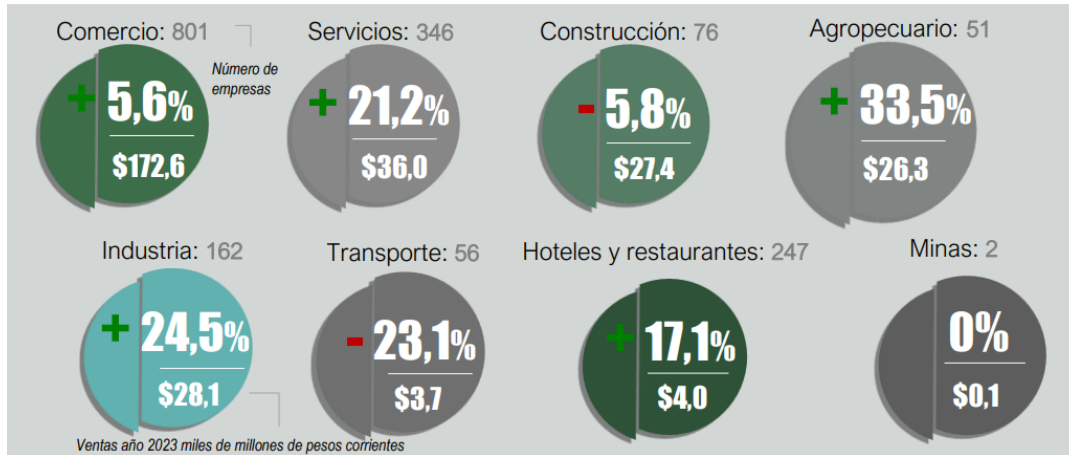
La inflación es un tema que en los últimos años ha afectado al país y por lo cual los restaurantes han tenido que buscar alternativas para mantener unas ganancias significativas. La inflación puede traer un impacto en la rentabilidad de los restaurantes, debido a que los altos costos si no se les da un tratamiento adecuado puede llegar a consumir todas las ganancias generadas. Una forma de reducir el impacto es ofrecer servicios de valor agregado que sean llamativos para los clientes y de esta forma aumenten los ingresos, al ofrecer servicios extra o como en el caso del proyecto experiencias, se puede aumentar el valor del producto y fidelizar clientes, de igual manera para este tipo de mejoras se deben considerar los costos versus las ganancias que generará implementar esta metodología (Buen Gusto, 2023).

Es inevitable cuando existe inflación tener que aumentar los precios de los productos para mantener la rentabilidad, sin embargo, es importante hacerlo de una manera secuencial y no drásticamente para que de esta manera los clientes sigan percibiendo una oferta justa y no un aumento drástico de los precios. Al momento de aumentar los precios del menú es importante enfocarse en permitirle al cliente percibir algo por lo cual se le está cobrando un poco más, de esta

manera el cliente sentirá que obtiene algo diferente por el dinero extra que está pagando, otra forma de que el cliente no perciba el aumento de precio es la llamada técnica de venta adicional, esta técnica se basa en que el cliente pueda agregar aderezos, salsas o acompañamientos por un costo adicional, de esta manera el consumidor percibe que lo que paga es un servicio adicional (Buen Gusto, 2023).

Por otro parte, en 2022, se crearon 190 nuevas empresas en el sector de alojamiento y comida en Santander, con una inversión de \$4.088 millones de pesos corrientes, y generando 165 nuevos empleos. Del total de estas empresas, 45.3% son dirigidas por mujeres, lo que resalta la participación femenina en este sector. Además, todas estas empresas se clasifican como microempresas, con un 60.5% ubicadas en provincias, lo que sugiere una mayor inclinación hacia el desarrollo de negocios fuera de las grandes áreas metropolitanas (Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2022).

En 2023, el sector de hoteles y restaurantes registró un crecimiento del 17.1% en ventas, alcanzando los \$4 mil millones de pesos corrientes, lo que indica una mejora significativa en comparación con el año anterior. A nivel general, otros sectores como servicios y agropecuario también crecieron con 21.2% y 33.5% respectivamente, mientras que sectores como el transporte y la construcción mostraron caídas en ventas (Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2023).

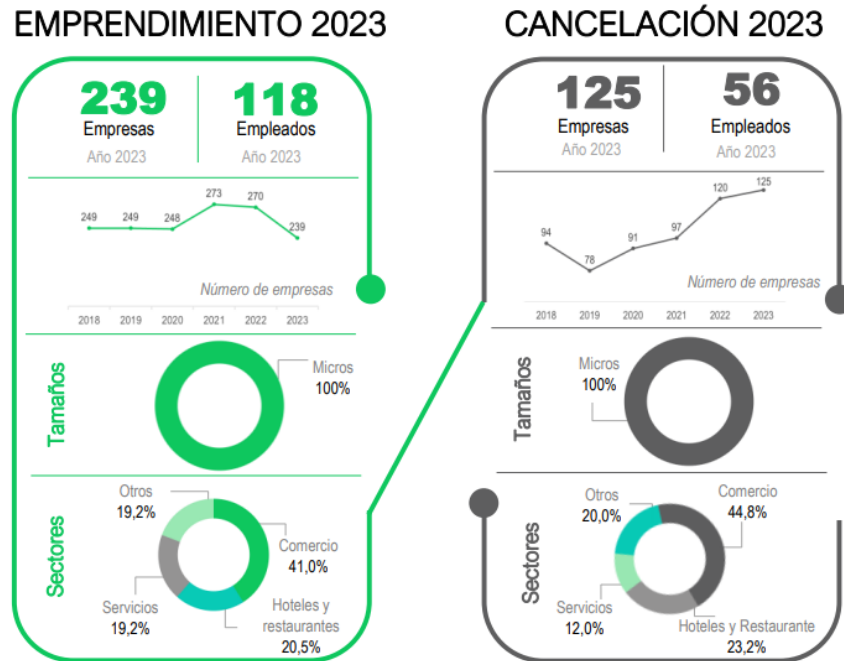
**Figura 5.***Variaciones de ventas 2023/2022.*

*Nota.* La imagen fue capturada del informe de Dinámica Empresarial en Provincia Comunera 2023 (Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2023).

En 2023, se crearon 239 nuevas empresas, de las cuales el 20.5% pertenece al sector de hoteles y restaurantes, todas siendo microempresas, lo que refleja oportunidades en este campo. Sin embargo, también es relevante que el 23.2% de las 125 empresas que cerraron pertenecen a este mismo sector, lo que evidencia un riesgo considerable. Esto indica que, aunque el sector tiene potencial de crecimiento, también enfrenta altos niveles de vulnerabilidad, por lo que se deben implementar estrategias sólidas de gestión y mitigación de riesgos (Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2023).

**Figura 6.**

*Dinámica Empresarial Socorro.*



*Nota.* La imagen fue capturada del informe de Dinámica Empresarial en Provincia Comunera 2023 (Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2023).

Los restaurantes temáticos son una tendencia que no para de crecer. En un restaurante temático es importante enfocarse en la infraestructura, ambientación, menú y servicio, para lograr que el cliente se sienta inmerso en la cultura y esto ha llamado mucho la atención de las personas en la actualidad. Los clientes actualmente buscan vivir una experiencia agradable y no solo satisfacer una necesidad básica como lo es el alimento. Estos tipos de establecimientos son los más llamativos a la hora de celebrar una ocasión especial o divertirse un poco. Los restaurantes temáticos, atraen los turistas y se vuelven un atractivo para la ciudad donde están ubicados y aún más si no existe otro lugar temático en la ciudad, esto se debe a su estética llamativa y única, que permite tomar fotos llamativas para las redes sociales, por lo cual el restaurante comenzará a estar en el top of mind de la gente de la ciudad y se recomendará turistas y visitantes.

En cuanto a los dos establecimientos de restaurantes mexicanos en Socorro se encuentra La Jefa Taquería MX y Tacos & Cuates.

La imagen el restaurante mexicano La Jefa Taquería MX con un ambiente colorido y temático que resalta elementos tradicionales de la cultura mexicana. La decoración incluye banderines de papel picado y colores vibrantes en el mobiliario, como sillas en tonos azules y amarillos. Los platos presentados incluyen tacos, enchiladas y otros alimentos típicos mexicanos, lo que sugiere un enfoque en la autenticidad culinaria. Sin embargo se puede apreciar que es un restaurante que ofrece un servicio algo convencional.

### Figura 7.

*Restaurante mexicano La Jefa Taquería MX.*



*Nota.* Referencias de Google en resultados del restaurante mexicano de la Jefa Taquería MX.

Cabe señalar que los dos restaurantes guardan similitud en cuanto al servicio.

## **6.2. Investigación de Mercados fuentes primarias.**

### ***6.2.1. Objetivo general***

Recopilar información demográfica, comportamental, hábitos de consumo e intereses de los habitantes de Socorro en el mercado de comidas preparadas mediante una encuesta estructurada con preguntas de selección múltiple y única opción, con el objetivo de obtener un análisis detallado del mercado enfocado en restaurantes mexicanos en el municipio de Socorro, Santander. Esta investigación permitirá identificar patrones de comportamiento, preferencias gastronómicas y factores decisivos para el consumo en el sector, con el fin de desarrollar estrategias más efectivas y alineadas con la demanda local.

### ***6.2.2. Objetivos específicos***

- Obtener información demográfica detallada de la población objetivo.
- Identificar y analizar los comportamientos, hábitos de consumo e intereses de la población objetivo.
- Procesar y realizar un análisis estadístico de los datos obtenidos a partir de las encuestas.
- Interpretar los resultados del análisis para generar conclusiones informadas y accionables.

### 6.2.3. Ficha técnica de la investigación de mercados

**Tabla 8.**

*Ficha técnica de la investigación de mercados.*

<b>Ficha Técnica de la Investigación de mercados</b>	
<b>Objetivo</b>	Recopilar información demográfica, comportamental, hábitos de consumo e intereses de los habitantes de Socorro en el mercado de comidas preparadas mediante una encuesta estructurada con preguntas de selección múltiple y única opción, con el objetivo de obtener un análisis detallado del mercado enfocado en restaurantes mexicanos en el municipio de Socorro, Santander.
<b>Universo de estudio</b>	Personas visitantes y residentes del municipio de Socorro, Santander, que sean mayores de edad y que pertenezcan a estratos dos en adelante
<b>Tipo de población</b>	Infinita
<b>Diseño de la muestra</b>	Diseño probabilístico, aleatorio simple.
<b>Tamaño de la muestra</b>	266 muestras
<b>Técnica de recolección</b>	Se procederá a recolectar las muestras cara a cara en puntos estratégicos de la población objetivo
<b>Margen de error</b>	0.06

**Universo de estudio:** La población del estudio es la población del Socorro (35.936 habitantes) Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2023), y que además, sean mayores de edad.

**Tipo de población:** Infinita.

**Diseño de la muestra:**

El diseño de muestreo a implementar será probabilístico, con el objetivo de seleccionar una muestra representativa de la población mediante métodos de selección aleatoria. La técnica específica utilizada será el muestreo aleatorio simple, ya que permite una selección al azar de los participantes. Aunque la aplicación de la encuesta se realizará de manera aleatoria en puntos específicos del municipio de Socorro y no seguirá estrictamente el rigor metodológico descrito en la literatura, esta técnica es la más adecuada y se ajusta al proceso de recolección planificado para esta investigación.

**Tamaño de la muestra:**

El tamaño de la muestra se calculó asumiendo una población infinita, dado que la población objetivo supera las 10,000 unidades. Esto se debe a la inclusión de individuos del municipio de Socorro, y la dificultad de delimitar una población exacta, ya que el estudio se centra en la población económicamente activa, que es la que frecuenta estos establecimientos. Para este cálculo, se utilizó la siguiente ecuación:

Ecuación (1)

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{e^2}$$

Donde:

 $Z = \text{Intervalo de confianza} = 1.96 \text{ (95\%)}$  $p = \text{Probabilidad que ocurra un evento} = 0.5$  $q = \text{Probabilidad de que no ocurra un evento} = 0.5$  $e = \text{Error muestral} = 0.06$ 

Para determinar el tamaño de la muestra ( $n$ ) a aplicar en la población, se utilizaron los siguientes parámetros: un nivel de confianza del 95% ( $Z = 1.96$ ), una probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia del 50%, y un margen de error del 6%. Estos valores fueron sustituidos en la fórmula correspondiente para calcular el número adecuado de encuestas que garantizará resultados estadísticamente significativos dentro de los parámetros definidos.

Reemplazando:

Ecuación (2)

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.06)^2} = 266 \text{ muestras}$$

La cantidad de encuestas que se recolectará, considerando las condiciones establecidas para la población en estudio, es de 266 muestras.

**Técnica de recolección:** La recolección de las muestras se llevará a cabo de manera presencial en puntos estratégicos dentro de la población de Socorro.

**Margen de Error:** Se contempla un margen de  $\pm 6\%$  en las respuestas obtenidas, lo que permitirá tomar decisiones más precisas al basarse en respuestas altamente probables.

#### ***6.2.4. Análisis de los resultados de la encuesta***

El análisis de los resultados se encuentra en el Apéndice C.

#### ***6.2.5. Conclusiones de investigación de mercados***

**Perfil Demográfico y Ocupacional:** La mayor parte de los encuestados en El Socorro está conformada por empleados (48.1%), seguidos de estudiantes (30.1%) e independientes (21.8%). Esto indica que la mayoría de la población encuestada tiene una ocupación formal, lo que sugiere una estabilidad económica que puede influir positivamente en el consumo regular de comida fuera del hogar.

**Preferencias de Consumo de Comidas Fuera del Hogar:** La cena es el alimento más consumido fuera de casa, especialmente por los empleados, quienes representan la mayor proporción de quienes cenan fuera regularmente. El almuerzo también es relevante, aunque en menor medida, mientras que el desayuno tiene una frecuencia muy baja de consumo fuera del hogar. Esto sugiere que el horario de la cena presenta una oportunidad clave para captar clientes en un restaurante mexicano.

**Factores Decisivos en la Elección de Restaurantes:** Los encuestados priorizan la atención y la calidad de la comida, considerándolos factores "muy importantes" al elegir un restaurante. La experiencia general y el ambiente también son valorados, mientras que el precio y

la ubicación, aunque importantes, no son tan decisivos. Esto sugiere que los restaurantes deben enfocarse en ofrecer un servicio excepcional y comida de alta calidad para atraer y retener clientes.

**Disposición a Pagar por Entretenimiento:** Un 90.2% de los encuestados estaría dispuesto a pagar más por una experiencia gastronómica que incluya entretenimiento, como shows o música en vivo. Esta predisposición abre una oportunidad significativa para diferenciar un restaurante mexicano ofreciendo eventos que complementen la experiencia culinaria.

**Frecuencia de Consumo Fuera de Casa:** La mayoría de los encuestados y sus familias comen fuera entre 1 y 2 veces por semana (56%), seguido por aquellos que lo hacen entre 3 y 4 veces por semana (36.5%). Esto indica que existe un hábito regular de comer fuera, lo que representa un mercado estable para los restaurantes, con una frecuencia moderada de consumo.

**Preferencias por Comida Mexicana:** El 75.9% de los encuestados consumiría comida mexicana de 1 a 2 veces por semana, lo que indica una alta receptividad a incluirla en su dieta semanal. Esto sugiere que existe una demanda latente por comida mexicana en el mercado, principalmente en frecuencias moderadas de consumo.

**Gasto en Comida Fuera del Hogar:** Los encuestados que comen fuera de casa entre 1 a 4 veces por semana tienden a destinar más de \$51.000 a esta actividad, con una minoría que gasta entre \$31.000 y \$40.000. Este dato refleja que un porcentaje significativo de la población está dispuesto a gastar en experiencias gastronómicas, lo que puede orientar el posicionamiento de precios en un restaurante mexicano.

**Preferencias Digitales y Canales de Comunicación:** WhatsApp es la plataforma más utilizada y valorada por los encuestados, seguida de Instagram y Facebook. Esto sugiere que los restaurantes deben enfocar sus estrategias de marketing digital principalmente en estas plataformas para llegar de manera efectiva a su audiencia.

**Interés en la Sostenibilidad:** El 87.6% de los encuestados estaría dispuesto a apoyar un restaurante que contribuya a la conservación del medio ambiente, y el 78.2% se interesaría en recibir abono orgánico como incentivo por visitar el restaurante. Este alto nivel de conciencia ecológica ofrece una excelente oportunidad para que los restaurantes mexicanos se posicionen como establecimientos responsables y sostenibles, implementando prácticas ecológicas como valor agregado.

### 6.3. Estimación de demanda

**Tabla 9.**

*Variables estimación demanda.*

<b>Variable</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Tomado de</b>
<b>Estrato 2, 3, 4, 5, 6</b>	86%	PESTEL factor económico.
<b>Edades de 20 a 64 años</b>	61%	PESTEL factor económico.
<b>Población de Socorro</b>	35.936	PESTEL fator social
<b>Dispuestos apoyar un restaurante que contribuya a la conservación con el medio ambiente</b>	88%	Investigación de mercados fuentes primarias
<b>Interesados en recibir abono orgánico gratis como incentivo por ir a comer en un restaurante.</b>	78%	Investigación de mercados fuentes primarias
<b>Frecuencia que consumiría comida mexicana por semana</b>	2.4	Investigación de mercados fuentes primarias

Para la estimación de la demanda, se tuvieron en cuenta varias variables clave. En primer lugar, se consideraron los estratos socioeconómicos 2, 3, 4, 5 y 6, que representan el 86% de la población, según el análisis del factor económico del modelo PESTEL, lo cual indica una capacidad adquisitiva suficiente para pagar por productos con valor agregado. En cuanto a las edades, se tomó como criterio a personas entre los 20 y 64 años, abarcando el 61% de la población, también fundamentado en el factor económico de PESTEL. Adicionalmente, se contempló la

población total de Socorro, estimada en 35,936 personas, y su disposición a apoyar restaurantes sostenibles, donde el 88% se mostró favorable a la conservación del medio ambiente. Asimismo, el 78% manifestó interés en recibir abono orgánico como incentivo por consumir en un restaurante, según la investigación de mercados de fuentes primarias. Finalmente, la frecuencia de consumo de comida mexicana se estimó en 2.4 veces por semana, lo que refleja una tendencia positiva hacia este tipo de gastronomía.

**Tabla 10.**

*Participación del mercado.*

	¿Qué tan grandes son tus competidores?	¿Qué tantos competidores tienes?	¿Qué tan similares son sus productos a los tuyos?	¿Cuál parece ser su porcentaje?
1	Grandes	Muchos	Similares	0 - 0.5%
2	Grandes	Algunos	Similares	0 - 0.5%
3	Grandes	Uno	Similares	0.5% - 5%
4	Grandes	Muchos	Diferentes	0.5% - 5%
5	Grandes	Algunos	Diferentes	0.5% - 5%
6	Grandes	Uno	Diferentes	10% - 15%
7	Pequeños	Muchos	Similares	5% - 10%
8	Pequeños	Algunos	Similares	10% - 15%
9	Pequeños	Muchos	Diferentes	10% - 15%
10	Pequeños	Algunos	Diferentes	20% - 30%
11	Pequeños	Uno	Similares	30% - 50%
12	Pequeños	Uno	Diferentes	40% - 80%
13	Ninguno	Sin competencia	Sin competencia	80% - 100%

*Nota.* Adaptado de Guía de aproximaciones de porcentaje de participación en el mercado (Entrepreneur, 2021).

Según la tabla de participación del mercado, para el caso del presente proyecto, se estima que los competidores son pequeños, muchos y similares, en donde, el porcentaje de mercado que se puede obtener de la demanda del sector está entre 0.5% y 5%. En el caso de la estimación de la

demanda potencial proyectada para los escenarios optimista, probable y pesimista se tomaron los porcentajes de 5%, 2.75% y 0.5% respectivamente.

Por lo tanto, al multiplicar las variables de la Tabla 12. Se obtiene que los clientes potenciales semanales son 31.066 clientes potenciales. Al evaluar los porcentajes de los escenarios se obtiene una demanda mensual para el escenario probable de 3.417 clientes que se traducen en la demanda esperada.

**Tabla 11.**

*Demanda esperada por escenarios de Mi Ranchito MIX.*

<b>Demanda esperada de Mi Ranchito MIX</b>				
	<b>% D. E.</b>	<b>Demanda Semanal</b>	<b>Demanda mensual</b>	<b>Demanda anual</b>
<b>Escenario optimista</b>	5%	1.553	6.213	74.559
<b>Escenario probable</b>	2.75%	854	3.417	41.007
<b>Escenario pesimista</b>	0.5%	155	621	7.456

## **7. Plan de mercadeo**

### **7.1. Nombre de la marca**

El nombre Mi Ranchito Mix combina la autenticidad de la cultura mexicana con un toque moderno y diverso. "Mi Ranchito" transmite un ambiente acogedor y tradicional, mientras que "Mix" refleja la variedad de su oferta gastronómica y de bebidas, así como su enfoque innovador en sostenibilidad mediante el uso de lombrices californianas para procesar desechos orgánicos. Este nombre captura la esencia del restaurante: una experiencia auténtica, cultural y sostenible.

## 7.2. Logo de Mi Ranchito Mix

### Figura 8.

*Logo Mi Ranchito Mix.*



## 7.3. Mapa de la empatía

Con la ayuda del mapa de la empatía el cual se elaboró preguntándole a un grupo pequeño de amigos y personas del círculo social las expectativas y deseos que buscan al momento de visitar un restaurante, con esta información se obtuvo una lista de aspectos en los que se debería enfocar para mejorar la experiencia a quienes visitan el establecimiento.

El mapa de empatía revela que los clientes buscan una experiencia gastronómica auténtica y satisfactoria. Piensan y sienten la necesidad de recibir una atención de calidad, valoran la higiene de los utensilios y quieren contribuir al cuidado del medio ambiente. Desean disfrutar de un espacio que los transporta a la cultura mexicana, probando nuevos sabores y disfrutando del picante característico de esta cocina. Visualmente, perciben la temática mexicana en la decoración, la

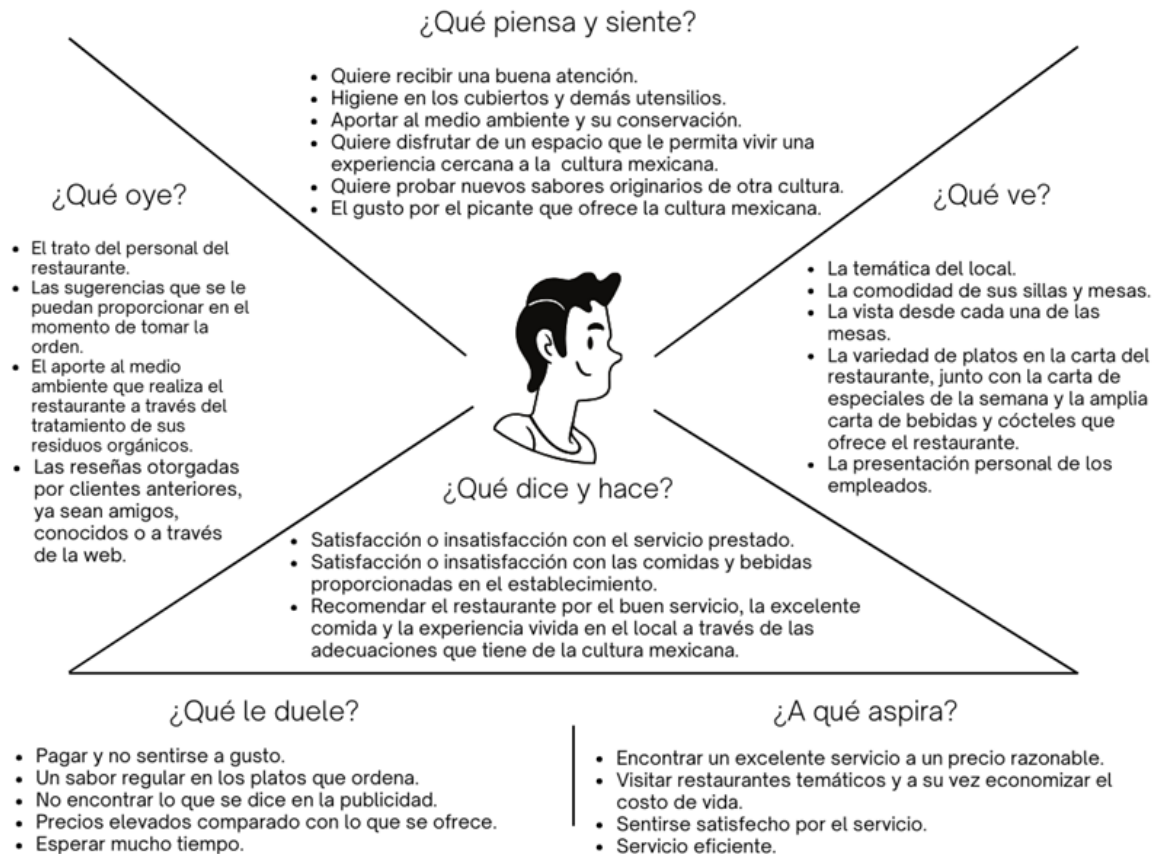
comodidad de las instalaciones, la variedad de platos y bebidas en el menú, y la presentación cuidada de los empleados y del local.

En cuanto a lo que oyen, destacan el trato profesional y cordial del personal, las sugerencias que reciben al tomar la orden, y las iniciativas del restaurante en cuanto al manejo sostenible de residuos. También escuchan reseñas de otros clientes, tanto en persona como en línea. Sus acciones y comentarios reflejan satisfacción o insatisfacción con el servicio y los productos, y, si están complacidos, recomiendan el restaurante por su servicio, calidad de comida y experiencia cultural.

Por otro lado, sienta frustración cuando pagan por una experiencia que no cumple con sus expectativas, como platos que no están a la altura de lo anunciado o precios elevados para lo ofrecido. Además, les incomodan los tiempos de espera largos o la falta de correspondencia entre la publicidad y la realidad. Finalmente, aspirarán a encontrar un servicio excelente a un precio justo, disfrutar de un ambiente temático sin gastar demasiado, y sentirse satisfechos y atendidos de manera eficiente, sin largas esperas.

**Figura 9.**

*Mapa de empatía de Mi Ranchito Mix.*



#### 7.4. SCAMPER

El análisis SCAMPER para Mi Ranchito Mix propone sustituir el tiempo de espera pasivo por entretenimiento en vivo relacionado con la cultura mexicana. Combina la experiencia gastronómica con la sostenibilidad, generando abono a partir de residuos orgánicos que se ofrece a clientes y proveedores. Se adapta el ambiente del restaurante con elementos culturales y se implementa un sistema de procesamiento de desechos con lombrices californianas. Además, se modifica el tratamiento de residuos mediante logística inversa, ofreciendo abono como incentivo, y se dinamizan los tiempos de espera con actividades culturales. Se propone ofrecer incentivos como abono gratuito y descuentos, además de fortalecer relaciones con proveedores locales

mediante prácticas sostenibles. Finalmente, se eliminan los desechos orgánicos procesando 600 kg mensuales y se reordena la operación para alinear sostenibilidad con experiencia gastronómica, generando beneficios ambientales y económicos.

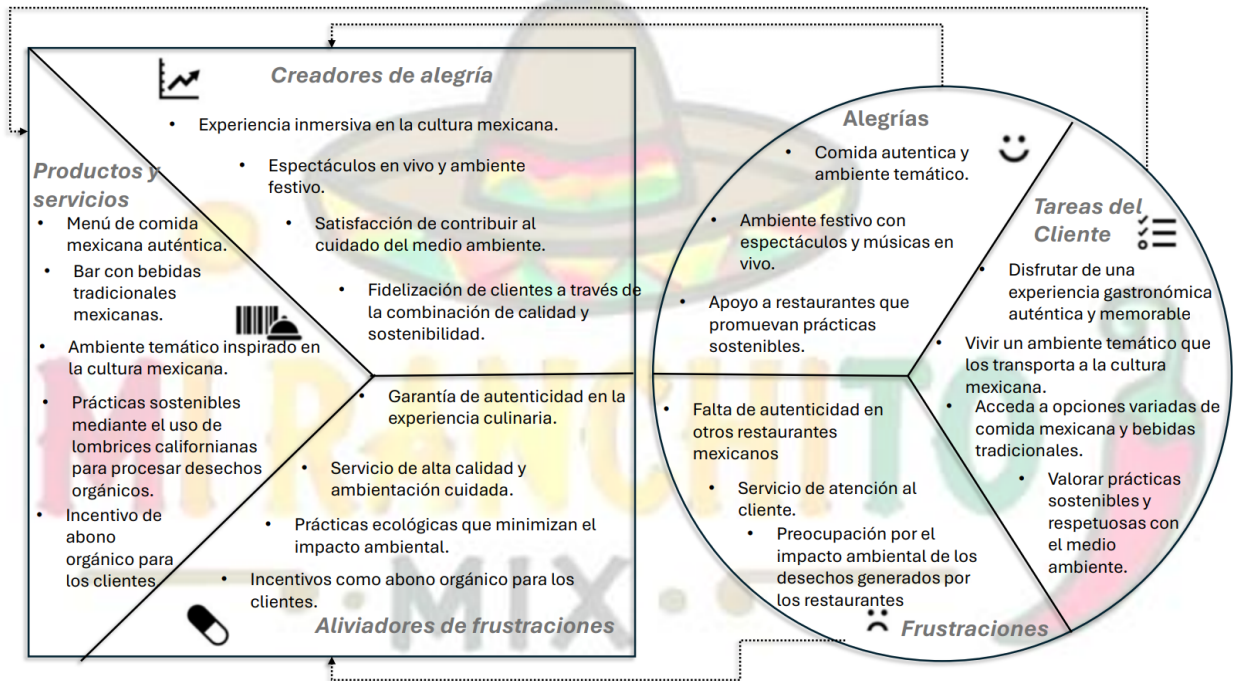
### **7.5. Propuesta de valor**

La propuesta de valor de Mi Ranchito Mix se centra en ofrecer una experiencia gastronómica auténtica y memorable, donde los clientes pueden disfrutar de un ambiente temático que los transporta a la cultura mexicana. El restaurante ofrece una variada selección de comida mexicana y bebidas tradicionales, a la vez que promueve prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente. Se busca solucionar frustraciones como la falta de autenticidad en otros restaurantes mexicanos, el servicio de atención al cliente y la preocupación por el impacto ambiental de los desechos generados. Los clientes experimentarán alegrías al disfrutar de comida mexicana auténtica y de calidad, acompañados de un ambiente festivo con espectáculos y música en vivo, y tendrán la satisfacción de apoyar a un restaurante que promueve la sostenibilidad.

En cuanto a los productos y servicios, Mi Ranchito Mix ofrece un menú de comida auténtica mexicana, un bar con bebidas tradicionales y un ambiente temático inspirado en la cultura mexicana. Además, implementa prácticas sostenibles mediante el uso de lombrices californianas para procesar desechos orgánicos, con el incentivo de ofrecer abono orgánico a los clientes. Para aliviar las frustraciones de los clientes, se garantiza una experiencia culinaria auténtica, un servicio de alta calidad, un ambiente cuidado y un compromiso con el medio ambiente. Los creadores de alegrías del restaurante incluyen una experiencia cultural inmersiva, con espectáculos en vivo y un ambiente festivo, que genera satisfacción al contribuir al cuidado del medio ambiente y fideliza a los clientes a través de la combinación de calidad y sostenibilidad.

**Figura 10.**

*Propuesta de Valor de Mi Ranchito Mix.*



### 7.6. Matriz ERIC

Para identificar los factores diferenciadores en comparación con la competencia, se llevó a cabo un análisis utilizando la matriz ERIC. Se evaluaron aquellas características que aportan mayor valor al proyecto, constituyendo una base fundamental para el desarrollo y posicionamiento de este emprendimiento.

A continuación, se presentan las principales ventajas que el restaurante ofrecerá en comparación con uno de sus principales competidores en El Socorro, así como con un restaurante de referencia bien conocido ubicado en otro departamento. El análisis se enfoca exclusivamente en restaurantes mexicanos, ya que el nicho objetivo del negocio son los clientes interesados en este tipo de gastronomía. Aunque otros restaurantes también constituyen competencia, en esta fase es

fundamental compararse con establecimientos mexicanos que representan los referentes para alcanzar los objetivos planteados. El análisis detallado se presenta a continuación.

**Figura 11.**

*Principales características para comparar.*

MATRIZ ERIC	Cualidad	Mi ranchito MX	La jefa	El Rancho MX
	Precio	4	2	5
<b>ELIMINAR</b>	Desechos organicos producidos por el restaurante	0	5	5
	Atención y conocimiento por parte de los meseros	4.5	3	4
<b>MEJORAR</b>	Tiempo de espera por ordenar, obtener o pagar la comida	5	3.5	4.5
	Sabor	4.5	2.5	4
	Temática	5	2	4.5
	Entretenimiento	4.5	1	4
<b>INCREMENTAR</b>	Parqueadero gratis	5	2	1
	Bebidas	4.5	2	4
	Presentación de los platos	4.5	3.5	4
	Limpieza y presentación	5	3.5	4.5
	Producción de abono orgánico	5		
<b>CREAR</b>	Entrega de abono a los clientes y proveedores	5		

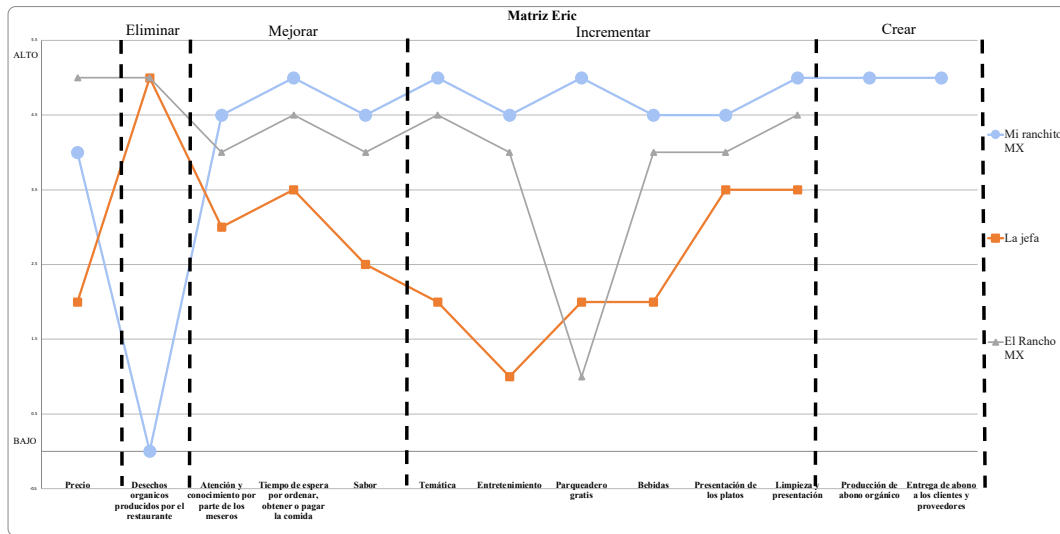
Mi Ranchito MX se destaca por ofrecer precios competitivos, entre \$30.000 y \$80.000, combinados con una experiencia auténtica que incluye entretenimiento en vivo y una temática cultural mexicana inmersiva. Se prioriza la sostenibilidad mediante la producción de abono orgánico a partir de desechos, incentivando a clientes y proveedores. Además, el restaurante contará con parqueo gratis, una amplia variedad de bebidas mexicanas, y un servicio excepcional con personal capacitado. Se pondrá especial atención en la presentación de los platos, la limpieza y la calidad del servicio, con el objetivo de brindar una experiencia diferenciadora y atractiva para los clientes.

Mi Ranchito MX se diferencia por dos factores clave: su enfoque en la sostenibilidad a través de la producción de abono orgánico y la experiencia inmersiva con entretenimiento en vivo. Estos elementos, junto con su compromiso con el cuidado del medio ambiente, le otorgan una

ventaja competitiva única frente a la competencia, alineándose con las tendencias actuales que valoran la sostenibilidad.

**Figura 12.**

*Matriz ERIC Mi Ranchito Mix.*



**7.7. Customer Journey Map de Mi Ranchito Mix**

Se utilizó la herramienta Customer Journey Map (CJM) para analizar la ruta del cliente al establecimiento y detectar los puntos clave donde es necesario mejorar su experiencia.

**Tabla 12.**

*Aspectos importantes para el cliente.*

<b>Experiencia</b>	<b>Orden</b>	<b>Nivel de satisfacción</b>
<b>Parqueo de Vehículo</b>	1	4
<b>Ingreso al establecimiento</b>	2	8
<b>Atención del anfitrión y asignación de la mesa</b>	3	5
<b>Presentación del mesero y entrega del menú</b>	4	7
<b>Recepción de la orden por parte del mesero</b>	5	9
<b>Tiempo de espera</b>	6	3
<b>Tomar fotos</b>	7	6
<b>Entrega de los platos ordenados</b>	8	10
<b>Consumo de los alimentos</b>	9	9
<b>Pago de la comida</b>	10	5

La tabla se basa en la secuencia lógica al visitar un restaurante, y el nivel de satisfacción proviene de opiniones de clientes en Google Maps sobre diversos restaurantes del país. No se limita a El Socorro, ya que se buscan aspectos relevantes para el cliente en general.

El Customer Journey Map de Mi Ranchito Mix revela que los puntos críticos a mejorar son la reducción del tiempo de espera y optimizar la atención en la asignación de mesas y el proceso de pago. Por otro lado, la entrega de platos y la toma de pedidos tienen altos niveles de satisfacción, lo que destaca como fortaleza del restaurante. Mejorar estos puntos clave permitirá ofrecer una experiencia más fluida y placentera para los clientes.

### Figura 13.

*Customer Journey Map de Mi Ranchito Mix.*



## 7.8. Marketing mix: Producto, precio, punto de venta y promoción.

### 7.8.1. Producto

El producto de Mi Ranchito Mix está centrado en la autenticidad de la gastronomía mexicana, ofreciendo una variedad de platos tradicionales como tacos, enchiladas, burritos y quesadillas, junto con bebidas típicas mexicanas como margaritas, micheladas y aguas frescas. Cada plato está elaborado con ingredientes de alta calidad que buscan replicar fielmente los sabores originales de México, brindando a los comensales una experiencia culinaria auténtica. Además de

los platos tradicionales, el menú incluirá opciones vegetarianas y saludables para atraer a un público más amplio, adaptándose a las nuevas tendencias alimentarias y preferencias del mercado.

**Figura 14.**

*Estante de abono orgánico y recolección de diferentes residuos.*



Una característica diferenciadora clave es el enfoque sostenible del restaurante, que incorpora la producción de abono orgánico a partir de los desechos generados. Este proceso no solo contribuye al cuidado del medio ambiente, sino que también permite a los clientes participar en prácticas sostenibles (Se invita a los clientes potenciales traer todo materia orgánico -verduras, frutas, entre otros- que ya no sea de consumo y que sirva para elaborar el compost y alimentar las lombrices). Además, Mi Ranchito Mix ofrecerá una experiencia cultural inmersiva, complementada con entretenimiento en vivo como mariachis y eventos temáticos, que transportarán a los clientes a la esencia de la cultura mexicana. La combinación de comida de calidad, sostenibilidad y una experiencia cultural auténtica hace que el producto de Mi Ranchito Mix sea único en su segmento.

### ***7.8.2. Precio***

El precio en Mi Ranchito Mix varía entre \$30.000 y \$80.000 pesos colombianos, equilibrando la calidad de los ingredientes, la autenticidad de la experiencia mexicana y el valor añadido de entretenimiento en vivo. Este rango sitúa al restaurante por encima de opciones locales sin valor añadido, pero por debajo de competidores de mayor renombre, como El Rancho MX. Además, se implementarán promociones estratégicas en fechas especiales, como descuentos por cumpleaños o eventos temáticos, manteniendo una relación calidad-precio competitiva y atractiva para diferentes segmentos de clientes.

### ***7.8.3. Punto de venta***

El punto de venta de Mi Ranchito Mix estará ubicado estratégicamente en una zona accesible y visible de El Socorro, Santander, con fácil acceso desde vías principales, permitiendo a los clientes llegar cómodamente tanto en vehículos particulares como en transporte público. Además, el restaurante ofrecerá parqueo gratuito, una ventaja competitiva en la zona, ya que pocos locales disponen de esta facilidad, lo que atraerá a más clientes que valoran esta comodidad. El ambiente será completamente temático, sumergiendo a los clientes en la cultura mexicana desde el primer momento. La decoración incluirá elementos tradicionales mexicanos, como colores vibrantes, sombreros, artesanías y murales, junto con música mexicana de fondo y espectáculos en vivo, como mariachis, para ofrecer una experiencia completa.

El diseño del restaurante estará pensado para recibir a grupos familiares, clientes individuales o parejas, con opciones de asientos cómodos y áreas específicas para eventos o espectáculos en vivo. Además, se ofrecerán servicios de entrega a domicilio, ampliando el alcance del restaurante a aquellos que prefieran disfrutar de la comida desde sus hogares. Mi Ranchito Mix

también implementará un sistema de reservas en línea, lo que permitirá a los clientes planificar eventos o cenas especiales de manera sencilla.

El restaurante tendrá un horario amplio para atender tanto almuerzos como cenas, con horarios extendidos los fines de semana y días festivos para aprovechar los momentos de mayor afluencia. Además, contará con puntos de pago eficientes, aceptando múltiples métodos de pago, desde efectivo y tarjetas de crédito hasta pagos electrónicos como Nequi o Daviplata, garantizando una experiencia de compra fluida y cómoda. En conjunto, Mi Ranchito Mix ofrecerá un punto de venta accesible, cómodo y lleno de autenticidad cultural, complementado con servicios tecnológicos y opciones de entrega que mejorarán la experiencia del cliente tanto dentro como fuera del restaurante.

#### ***7.8.4. Promoción***

La promoción de Mi Ranchito Mix se basará en una sólida estrategia de marketing digital, aprovechando plataformas como Instagram, Facebook, WhatsApp y TikTok para generar visibilidad y atraer clientes. A través de estas redes sociales, se compartirán imágenes atractivas de los platos, videos del ambiente cultural mexicano en el restaurante y espectáculos en vivo, como mariachis. Además, se utilizarán publicaciones patrocinadas con segmentación geográfica y demográfica para alcanzar a más clientes en El Socorro y municipios cercanos. Se incentivará la interacción mediante concursos y sorteos que ofrezcan beneficios a quienes participen, creando un mayor compromiso con la marca.

Mi Ranchito Mix destacará por organizar eventos temáticos y espectáculos en vivo, como celebraciones del Cinco de Mayo y el Día de la Independencia de México, ofreciendo promociones especiales y menús temáticos que atraigan a los clientes. Estos eventos se promocionarán tanto en redes sociales como en medios locales, creando expectativa y atrayendo a quienes buscan

experiencias culturales auténticas. Además, el restaurante establecerá alianzas estratégicas con negocios locales y participará en ferias y festivales gastronómicos, colaborando también con influencers y bloggers de comida para aumentar su visibilidad.

Se implementarán promociones especiales durante todo el año, como descuentos en cumpleaños, ofertas y eventos temáticos, además de un programa de fidelización que recompense a los clientes frecuentes con descuentos y productos especiales, como el abono orgánico que el restaurante produce, reforzando su compromiso ecológico. También se recurrirá a la publicidad en medios locales como radio y periódicos para promocionar los eventos y ofertas especiales, llegando así a un público más amplio dentro de la comunidad de El Socorro.

Un aspecto clave de la promoción será el uso de incentivos sostenibles, como la entrega de paquetes de abono orgánico de 200 gr a los clientes que participen en eventos o promociones, conectando la experiencia gastronómica con la sostenibilidad ambiental. Esta estrategia no solo añade valor para los clientes, sino que también posiciona a Mi Ranchito Mix como una opción innovadora y responsable, lo que puede atraer a un segmento de consumidores interesados en el impacto ambiental. En conjunto, la promoción de Mi Ranchito Mix combina marketing digital, eventos culturales, colaboraciones locales y un enfoque en la sostenibilidad, generando una propuesta atractiva y diferenciadora en el mercado.

## **8. Estudio Técnico**

### **8.1. Descripción del producto**

El servicio que se ofrecerá al público es un restaurante mexicano el cual contenga los platillos más icónicos de México, además, la creación de una ambientación con temática de la cultura mexicana como películas, programas icónicos de televisión, música, shows en vivo,

mariachis, etc. Adecuaciones que le permitan al cliente tener una experiencia totalmente distinta a la que ofrecen los competidores y que de esta manera el cliente disfrute la estadía en el establecimiento.

También será el primer restaurante en la zona que tenga un bar con cócteles y bebidas originarias de México, además, le permitirá al cliente sentarse en la barra del bar y disfrutar de eventos deportivos importantes o algunos shows de televisión.

Por otra parte, el restaurante tendrá el manejo de desechos orgánicos a través de las lombrices californianas, este proceso permitirá obtener un abono 100% orgánico el cual se destinará a los clientes que les interese este tipo de abono y a la negociación con los proveedores.

## **8.2. Definición del proceso productivo**

El diagrama de flujo de Mi Ranchito Mix presenta una secuencia detallada del proceso de elaboración de alimentos y gestión del restaurante. A continuación, se define cada etapa clave del proceso:

**Proyección de ventas semanales:** El proceso comienza con la proyección de las ventas semanales, que permite prever la demanda y organizar el aprovisionamiento de materia prima.

**Realización de pedidos de materia prima:** Con base en la proyección de ventas, se procede a realizar los pedidos de los ingredientes y productos necesarios para la operación.

**Revisión y devolución de materia prima:** Al recibir los pedidos, se realiza una inspección de la materia prima para verificar su calidad. Si no cumple con los estándares, se devuelve. Si es adecuada, se incorpora al inventario del restaurante.

**Recepción de clientes y pedidos:** Los clientes llegan al restaurante y realizan sus pedidos, los cuales son registrados para su preparación.

Preparación de los platos ordenados: Los chefs y subchefs se encargan de la preparación de los platillos de acuerdo con el pedido del cliente, siguiendo recetas tradicionales mexicanas.

Inspección de los platos: Antes de que los platos sean servidos, el chef o subchef inspecciona la calidad de la presentación y el sabor, para asegurar que todo cumpla con los estándares del restaurante. Si los platos no son satisfactorios, se realizan ajustes antes de enviarlos a la mesa.

Entrega de los platos a la mesa: Los platos aprobados son enviados a la mesa del cliente, donde el equipo de meseros se encarga de atenderlo y servirle los alimentos.

Clasificación de desechos orgánicos: Una vez que los platos han sido consumidos, los residuos orgánicos generados son clasificados. Si hay desechos orgánicos, se procesan de manera sostenible.

Recolección y proceso de desechos orgánicos: Los desechos orgánicos clasificados se recolectan y se colocan en contenedores para ser tratados con lombrices californianas, lo que permite generar abono orgánico a partir de los residuos.

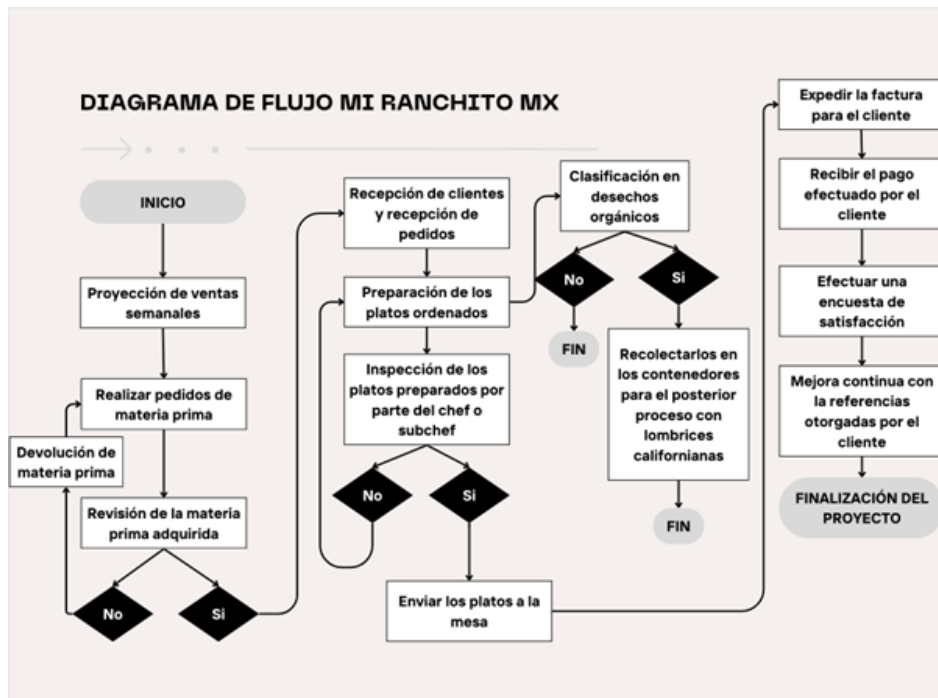
Facturación y pago: Al finalizar la experiencia, se expide la factura al cliente, quien procede a efectuar el pago. Se registran todos los detalles de la transacción.

Encuesta de satisfacción: Una vez realizada la venta, se invita a los clientes a completar una encuesta de satisfacción, con el fin de obtener retroalimentación sobre su experiencia.

Mejora continua: Con base en las referencias otorgadas por los clientes en las encuestas, se efectúan mejoras continuas en los procesos y el servicio, asegurando que la calidad se mantenga o mejore con el tiempo.

**Figura 15.**

*Diagrama de flujo del proceso*



Por último el proceso de tratamiento de los residuos orgánicos mediante lombricultura en Mi Ranchito Mix se llevará a cabo siguiendo las directrices mencionadas en el marco teórico, complementadas con conocimientos adquiridos de fuentes como el programa de TvAgro en YouTube, titulado "La lombricultura o Vermicultura: Idea Rentable", por Juan Gonzalo Ángel. Este proceso permitirá optimizar el tratamiento de los desechos orgánicos, utilizando lombrices para la descomposición y generación de abono de alta calidad. A medida que el proyecto avance, se buscará la tecnificación del proceso para mejorar la eficiencia y calidad del abono, el cual será ofrecido a los visitantes del restaurante como parte de la propuesta de valor sostenible. Los espacios destinados a la lombricultura estarán ubicados en las áreas designadas en la distribución del local

### **8.3. Requerimientos de materia prima**

Para preparar las recetas de Mi Ranchito Mix, se requieren los siguientes ingredientes: tortillas de harina, tortillas de maíz, carne de res, pollo, frijoles refritos, arroz, queso rallado, lechuga, cebolla, tomate, crema agria, salsa picante, aguacate, queso fresco, cilantro, chiles jalapeños, limón, guacamole, flor de Jamaica seca, tamarindo, azúcar, agua, hielo, cerveza, jugo de limón, sal, salsa tipo inglesa, salsa de soja, y Clamato, entre otros.

En El Socorro, estos ingredientes se pueden adquirir en diferentes lugares. Los productos frescos como las verduras (lechuga, cebolla, tomate, aguacate, cilantro y limón) se consiguen en la plaza de mercado y tiendas de abarrotes locales. La carne de res y el pollo se pueden obtener en carnicerías locales como Carnes El Socorro. Los productos procesados como tortillas, frijoles refritos, crema agria, queso rallado, queso fresco, salsa picante, tamarindo, flor de Jamaica y Clamato se pueden comprar en supermercados como Supermercado La Canasta o D1. Para bebidas como la cerveza y otros ingredientes, como la sal, azúcar, jugo de limón embotellado, y salsa tipo inglesa, estos se pueden encontrar también en supermercados locales o tiendas especializadas en productos importados.

De esta forma, todos los ingredientes necesarios para las recetas tradicionales de Mi Ranchito Mix están disponibles en diferentes puntos de El Socorro, facilitando el aprovisionamiento para el restaurante.

### **8.4. Maquinaria y equipo requerido**

La maquinaria y equipo requerido para Mi Ranchito Mix incluye cuartos fríos, un horno de convección, una estufa, un baño de María, una plancha de sobreponer, bases de almacenamiento, estaciones de hamburguesas, una estación de exhibición para el bar, una freidora a gas, un lavavajillas, grifería industrial, una licuadora profesional, un procesador de alimentos, un

horno de inducción, una computadora, un televisor, parlantes, una impresora térmica y una PDA terminal para restaurante.

Este equipo es esencial para cubrir las operaciones diarias del restaurante, permitiendo la correcta preparación de alimentos, la gestión eficiente de los pedidos y la adecuada atención a los clientes. En el Apéndice G se pueden apreciar las cotizaciones.

**Tabla 13.**

*Maquinaria y equipo requerido.*

Concepto	Cantidad	Valor unitario promedio	Valor total
Cuarto frio F33	2	\$ 23.000.000	\$ 46.000.000
Horno de conversación para bandejas E1013	1	\$ 21.000.000	\$ 21.000.000
Estufa de sobreponer de seis puestos	1	\$ 4.929.536	\$ 4.929.536
Baño de María 1 Azafate Eléctrico	2	\$ 1.035.274	\$ 2.070.548
Plancha de sobreponer a gas 4 quemadores	1	\$ 6.797.407	\$ 6.797.407
Base Chef dos cajones 153 cm	1	\$ 12.912.298	\$ 12.912.298
Estación de hamburguesas 137 cm	1	\$ 5.500.000	\$ 5.500.000
Estación de Exhibición para Bar 2 puertas de 90 cm	1	\$ 6.836.449	\$ 6.836.449
Freidora a gas 26lts	2	\$ 6.330.431	\$ 12.660.862
Lavavajillas de arrastre de cesta SRC-1800 derecha	1	\$ 23.396.828	\$ 23.396.828
Grifería lavaplatos espiral industrial espiral industrial con cabezal móvil	2	\$ 1.261.900	\$ 2.523.800
Licuadaora ninja profesional BL610 3 velocidades 1000W	1	\$ 379.900	\$ 379.900
Procesador de alimentos Black and Decker	1	\$ 192.900	\$ 192.900
Vonci licuadaora de inmersión comercial de 500 W, Eje extra	1	\$ 1.257.990	\$ 1.257.990
Lenovo Ideacentre 3 Ryzen 5 7530U 8gb 512 gb	1	\$ 2.219.000	\$ 2.219.000
Televisor Lg 50 pulgadas LED Uhd4k Smart tv	3	\$ 1.649.900	\$ 4.949.700
Parlante x2 altavoz ambiente Pro Dj	6	\$ 259.000	\$ 1.554.000
Impresora térmica	1	\$ 112.900	\$ 112.900

<b>PDA terminal para restaurante</b>	1	\$	\$
		651.294	651.294
<b>Total</b>			\$
			<b>155.945.412</b>

## 8.5. Localización

### 8.5.1. Macro localización

De acuerdo con el Plan de Desarrollo del municipio de El Socorro, capital de la Provincia Comunera en el departamento de Santander, se destaca por su relevancia histórica en los procesos de independencia de Colombia, particularmente por la insurrección de los Comuneros en marzo de 1781. Limita geográficamente al norte con Pinchote y Cabrera, al este con Páramo, al sur con Confines y Palmas del Socorro, y al oeste con Simacota y Palmar. El territorio total del municipio es de 13.120 hectáreas, de las cuales 220 hectáreas pertenecen al área urbana y 12.900 hectáreas al área rural.

La altitud varía entre 800 y 1.700 metros sobre el nivel del mar, con una media de 1.230 metros. Según los datos del censo DANE 2018, la población total es de 29.997 habitantes, de los cuales el 81,8% (24.238 personas) reside en el área urbana, distribuida en más de 60 barrios, mientras que el 19,2% (5.759 personas) habita en 22 veredas rurales (Plan de Desarrollo Socorro, 2020).

**Figura 16.**

*Ubicación geopolítica del Socorro.*



*Nota.* La imagen fue capturada del Plan de Desarrollo del Socorro 2020 – 2023.

La principal vía de acceso a El Socorro es la Troncal del Norte (Ruta 45A), la cual conecta a Bucaramanga con Bogotá y atraviesa el casco urbano del municipio. Las principales rutas de conexión con otras ciudades son las siguientes:

**Figura 17.**

*Principales conexiones viales, el Socorro.*

<b>RUTA</b>	<b>DISTANCIA</b>	<b>TIEMPO</b>
<b>EL SOCORRO - SAN GIL</b>	25 km	30 minutos
<b>EL SOCORRO - BARBOSA</b>	92 km	2 horas
<b>EL SOCORRO - BUCARAMANGA</b>	120 km	3 horas
<b>EL SOCORRO - TUNJA</b>	160 km	3 horas 30 minutos
<b>EL SOCORRO - BOGOTÁ</b>	300 km	5 horas 30 minutos

*Nota.* Los datos fueron tomados del Plan de Desarrollo del Socorro 2020 – 2023.

### **8.5.2. Micro localización**

Para la selección de la ubicación de Mi Ranchito Mix, se evaluaron tres posibles alternativas: dos ubicadas a las afueras del municipio y una dentro del mismo. Estas opciones fueron seleccionadas estratégicamente, considerando la proximidad a una vía principal que atraviesa el municipio, lo cual hace viables las ubicaciones externas. Los principales factores comparativos incluyeron:

**Accesibilidad y visibilidad:** La ubicación debe ser de fácil acceso tanto para vehículos como para peatones, y visible para atraer clientes que transiten por la zona.

**Arriendo y mantenimiento:** Se priorizó la rentabilidad en cuanto a costos de alquiler y mantenimiento de las instalaciones, buscando un equilibrio financiero.

**Vista panorámica:** Se consideró que el ambiente y la tranquilidad del lugar favorezcan la experiencia del cliente, con preferencia por vistas naturales que ofrezcan un entorno relajante y alejado de ruidos externos.

**Espacio para adecuar instalaciones:** El restaurante debe contar con el espacio suficiente para la correcta distribución de sus áreas funcionales.

Límite de emisión de ruido: Dado el tipo de entretenimiento ofrecido, es esencial que la normativa local permita un nivel adecuado de ruido sin generar conflictos con la comunidad cercana.

Espacio para el proceso de abono orgánico: Se requiere un área al aire libre adecuada para el tratamiento de residuos, minimizando olores y presencia de animales.

Políticas y planes de desarrollo: La ubicación debe alinearse con planes de desarrollo urbano que permitan la continuidad de la actividad comercial a largo plazo.

Infraestructura de servicios públicos: Es fundamental que el lugar cuente con los servicios públicos necesarios para evitar costos adicionales por su instalación y asegurar un funcionamiento eficiente.

La evaluación de estas características se realizó con base en los objetivos y visión a largo plazo del proyecto, y se utilizó una escala de importancia del 1 al 3, donde 1 representa un criterio de menor relevancia y 3 de máxima importancia. Esta evaluación permitió identificar la opción más adecuada para el establecimiento del restaurante, asegurando que se cumplan los requerimientos operativos, ambientales y de crecimiento futuro.

**Tabla 14.**

*Comparación multicriterio de cada una de las ubicaciones posibles.*

<b>Factores</b>	<b>Importancia</b>	<b>Centro de El Socorro</b>	<b>Vía San Gil</b>	<b>Vía Oiba</b>
<b>Accesibilidad y visibilidad</b>	15%	3	2	2
<b>Arriendo y mantenimiento</b>	5%	2	3	3
<b>Vista panorámica</b>	15%	1	3	2
<b>Espacio para adecuar instalaciones</b>	20%	1	3	3
<b>Infraestructura de servicios públicos</b>	10%	3	2	2
<b>Políticas, planes o programas de desarrollo</b>	10%	2	2	3

<b>Factores</b>	<b>Importancia</b>	<b>Centro de El Socorro</b>	<b>Vía San Gil</b>	<b>Vía Oiba</b>
<b>Límite de emisión de ruido permitido</b>	10%	1	3	3
<b>Espacio para el proceso del abono orgánico</b>	15%	1	3	3
	100%			

Considerando la importancia asignada a cada factor, se procede a realizar el cálculo multiplicando la calificación otorgada a cada ubicación por el grado de importancia de cada criterio. Posteriormente, se suman los resultados obtenidos para cada ubicación. La opción con la mayor puntuación total será seleccionada como la más adecuada para establecer el restaurante Mi Ranchito Mix, garantizando que cumpla con los factores críticos definidos para el éxito del proyecto.

**Tabla 15.**

*Resultado final de la geolocalización*

<b>Factores</b>	<b>Centro de El Socorro</b>	<b>Vía San Gil</b>	<b>Vía Oiba</b>
<b>Accesibilidad y visibilidad</b>	0,45	0,3	0,3
<b>Arriendo y mantenimiento</b>	0,1	0,15	0,15
<b>Vista panorámica</b>	0,15	0,45	0,3
<b>Espacio para adecuar instalaciones</b>	0,2	0,6	0,6
<b>Infraestructura de servicios públicos</b>	0,3	0,2	0,2
<b>Políticas, planes o programas de desarrollo</b>	0,2	0,2	0,3
<b>Límite de emisión de ruido permitido</b>	0,1	0,3	0,3
<b>Espacio para el proceso del abono orgánico</b>	0,15	0,45	0,45
<b>Total</b>	1,65	<b>2,65</b>	2,6

Como resultado de la evaluación, se determinó que la ubicación más adecuada es la situada en el km 10 de la vía El Socorro-San Gil. Aunque se encuentra en las afueras del municipio, ofrece ventajas significativas, como un amplio espacio y una vista panorámica de los paisajes de la región.

Además, su ubicación sobre la vía principal garantiza excelentes accesos vehiculares, lo que facilita la llegada de clientes. El terreno permite adecuar las instalaciones tanto para los servicios ofrecidos como para el tratamiento de residuos orgánicos. Otro beneficio clave es que la ubicación responde a la demanda de muchos clientes que buscan un ambiente alejado del ruido urbano, lo que ha demostrado ser una estrategia exitosa para otros restaurantes en la zona.

### 8.6. Plano de las instalaciones

El Apéndice I. contiene el plano que ilustra la distribución de planta de Mi Ranchito Mix.

### 8.7. Mobiliario y equipo de oficina

Este equipo está diseñado para cubrir las necesidades administrativas y de gestión del restaurante, proporcionando un entorno de trabajo eficiente y cómodo.

**Tabla 16.**

*Mobiliario y equipo de oficina.*

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Portátil Asus E1504 Ryzen 57520u 16gb Ssd 512gb Huella Fhd	1	\$ 1.829.000	\$ 1.829.000
Tableta Lenovo M10 Plus 3ra generación 128 gb   pantalla de 10,61 pulgadas	1	\$ 849.900	\$ 849.900
Impresora a laser	1	\$ 380.000	\$ 380.000
Silla de oficina ejecutiva Mesh con base cromada	2	\$ 149.900	\$ 299.800
Silla interlocutora isósceles	4	\$ 209.900	\$ 839.600
Escritorio en L puesto de trabajo amplio espacio	2	\$ 450.000	\$ 900.000
<b>Total</b>			<b>\$ 5.098.300</b>

### 8.8. Servicios públicos

Los Servicios públicos de Mi Ranchito Mix muestra que los principales costos mensuales están distribuidos de la siguiente manera: el gas tiene un costo de \$400.000, el servicio de acueducto, alcantarillado y aseo asciende a \$500.000, la energía representa un gasto de \$500.000,

y el costo para internet banda ancha, televisión y telefonía es de \$300.000. En total, los servicios públicos suman \$1.700.000 mensuales.

**Tabla 17.**

*Servicios públicos.*

<b>Servicios públicos</b>	<b>Valor</b>
<b>Gas</b>	\$ 400.000
<b>Servicio de acueducto, alcantarillado y aseo</b>	\$ 500.000
<b>Energía</b>	\$ 500.000
<b>Internet banda ancha, televisión y telefonía</b>	\$ 300.000

### 8.9. Requerimientos de mano de obra

En este análisis se tiene en cuenta el horario de atención que el restaurante manejará, con las horas de servicio establecidas de acuerdo con los diferentes días de la semana.

**Tabla 18.**

*Horario de atención al público.*

<b>Horario de atención al público</b>		
<b>Lunes - jueves</b>	<b>Viernes y sábados</b>	<b>Domingos y festivos</b>
<b>11:00 AM - 9:00 PM</b>	<b>11:00 AM - 10:00 PM</b>	<b>11:00 AM - 8:00 PM</b>

La jornada laboral en Mi Ranchito Mix se dividirá en turnos según lo determine el chef principal, asegurando que los empleados cumplan con las 46 horas semanales establecidas. Cualquier trabajo adicional será considerado como horas extras y se remunerará conforme a la normativa legal vigente. En la tabla correspondiente se detalla el número de empleados que formarán parte del restaurante, mientras que sus funciones y estructura salarial se describen en una sección posterior. La cantidad de personal se determinó con base en el estudio de mercado, especialmente en la investigación de fuentes primarias. Para los meseros y cocineros se consultaron fuentes adicionales para definir las capacidades de atención.

En el caso de los meseros, se estableció que cada uno puede atender a entre 15 y 25 comensales simultáneamente, siendo 15 para un servicio más personalizado y 25 para un servicio menos formal (Salguero, 2023). Para este proyecto, se decidió asignar un mesero por cada 20 comensales. En cuanto a los cocineros, tienen la capacidad de atender entre 30 y 40 comensales a la vez, dependiendo de la complejidad de los platos (Aldea, 2023). Dado que los platos del restaurante mexicano tienen una baja complejidad, se asignará un cocinero por cada 30 comensales. Con base en estos criterios, se definió el número de empleados necesarios para el proyecto.

Con base en lo mencionado previamente, la cantidad de empleados necesarios para este proyecto se establece de la siguiente manera:

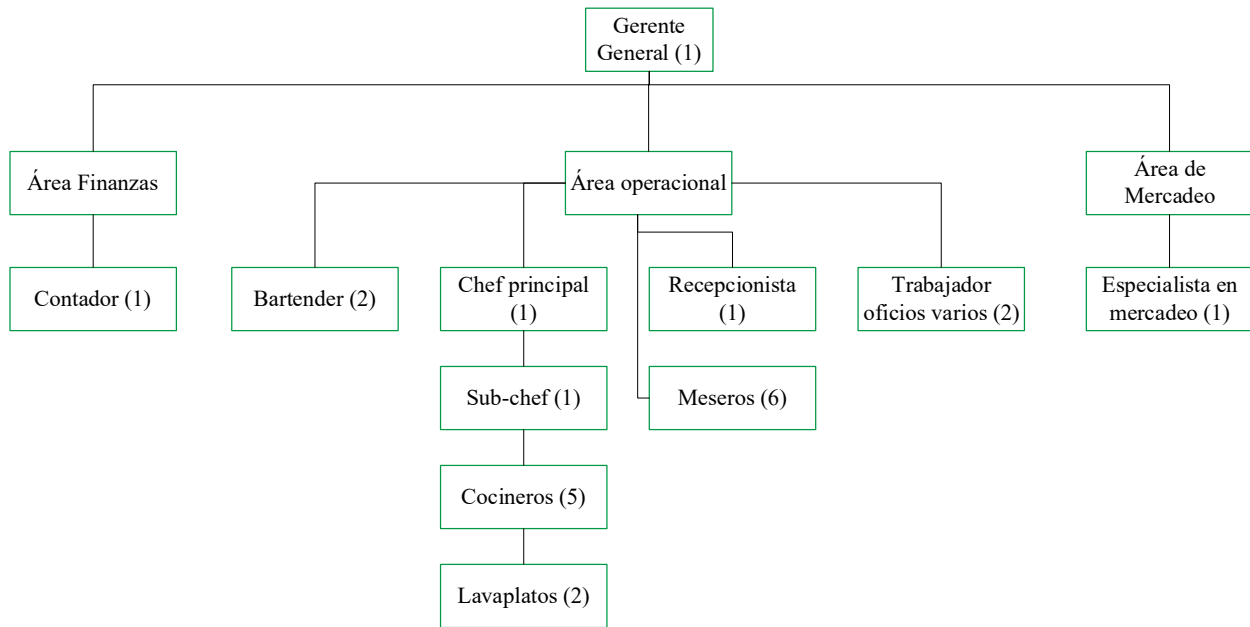
<b>Cargo del empleado</b>	<b>Cantidad</b>
<b>Chef principal</b>	1
<b>Sub-chef</b>	1
<b>Cocineros</b>	5
<b>Meseros</b>	6
<b>Bartender</b>	2
<b>Gerente</b>	1
<b>Subgerente</b>	1
<b>Especialista en Marketing</b>	1
<b>Contador</b>	1
<b>Recepcionista</b>	1
<b>Lavaplatos</b>	2
<b>Trabajador de oficios varios</b>	2

## **9. Análisis Organizacional**

### **9.1. Organigrama**

**Figura 18.**

*Organigrama Mi Ranchito Mix.*



**9.2. Descripción de cargos**

A continuación, se realiza una breve descripción de los puestos, junto con sus respectivas funciones y cargos:

**Gerente general:** El candidato deberá contar con una experiencia mínima de 2 años en la administración de establecimientos gastronómicos, y su vez experiencia en la preparación y creación de platillos, y con buenas referencias en el desarrollo del trabajo anterior. Entre las habilidades fundamentales se debe contar con liderazgo, comunicación efectiva y asertiva, organización, resolución de problemas y trabajo bajo presión. Como cargo principal, en este puesto se realizan diferentes actividades, entre las más relevantes se encuentran el mantener la rentabilidad y objetivos de calidad del restaurante, además de analizar los informes realizados por los demás sectores y corroborar que se esté realizando la debida labor. Tendrá a su cargo a los demás administrativos para junto con ellos evaluar periódicamente cómo está funcionando el

restaurante en sus diversas áreas. Además, será el encargado de evaluar el menú diseñado por el Chef (Equipo Editorial Indeed, 2023).

**Meseros:** Para desempeñar este cargo, no es necesario contar con experiencia previa, sin embargo, el candidato debe demostrar la capacidad del servicio al cliente y el buen desarrollo de habilidades fundamentales al momento de atender a los clientes y a sus necesidades; además de la capacidad de trabajar en equipo y mantener la calma en jornadas de alto flujo de trabajo. Este cargo es de gran importancia para el éxito del restaurante, puesto que es la parte encargada de interactuar y persuadir al consumidor, por lo tanto, es de vital importancia que se haga uso de un vocabulario acertado, una buena presentación personal, buena memoria, la capacidad de buscar soluciones rápidas y la capacidad de ser asertivo con lo que el cliente desea. Las principales funciones en este cargo serán: preparación y limpieza de las mesas y de los utensilios principales, toma de órdenes, estar al pendiente de cualquier solicitud, queja o reclamo del cliente y transporte de la comida a la mesa de los comensales.

**Bartender:** En este cargo es necesario tener experiencia mínima de 2 años en preparación y conocimiento de bebidas. Deberá tener una buena gestión del tiempo, habilidades de liderazgo y trabajo en equipo, alta capacidad de interacción con las personas, capacidad de mantener la calma bajo trabajo a presión y ser eficaz en sus principales funciones que son: gestionar el personal a su cargo, gestión de inventarios de las bebidas u otros suministros, garantizar que el bar cumpla con las leyes y regulaciones básicas, garantizar la higiene y el orden en los utensilios, y en general que siempre exista un orden tanto financiero como en las actividades principales.

**Especialista en Marketing:** El postulante debe contar con mínimo 1 año de experiencia. Deberá tener un conocimiento del mercado, creatividad, manejo de redes sociales y herramientas tecnológicas, excelentes habilidades comunicativas, habilidad de establecer relaciones y capacidad

de adaptarse a los cambios. Será el encargado de planificar, ejecutar y medir las estrategias de marketing para aumentar la visibilidad y atraer a los clientes.

**Chef:** Este cargo es de gran importancia para el éxito del restaurante, por lo tanto, para ejercer el cargo se requiere una experiencia mínima de 2 años en el conocimiento y preparación de comida mexicana. A su cargo estarán los cocineros y los lavaplatos, pues dependiendo la intensidad del trabajo, el chef diseñará los horarios de cada uno de ellos. Las principales funciones del chef son: el diseño del menú, crear y supervisar la preparación y emplatado de los platos, manejar inventarios de materia prima, realizar los pedidos, buscar platos innovadores y en general verificar que cada área en la cocina funcione con organización y efectividad.

**Subjefe de cocina:** Para ejercer este puesto es necesario contar con una experiencia mínima de 1 año. Debe contar con habilidades como rápido aprendizaje, trabajo bajo presión, liderazgo, creatividad, buen carácter y disposición. Este cargo es el segundo al mando en la cocina, por lo tanto entre sus funciones principales está: ayudar en la preparación y diseño del menú, garantizar la calidad en la preparación y presentación de los platos, revisar los platos antes de llevarlos a los clientes, supervisar el orden y el buen funcionamiento en la cocina y estar pendiente del inventario. Además, será el encargado de supervisar a los cocineros en sus labores e informar de cualquier problema o dificultad que surja.

**Cocineros:** Para ejercer este cargo no es necesario contar con experiencia previa, sin embargo, se debe demostrar tener habilidades culinarias, desenvolverse en altas cargas de trabajo, un aprendizaje rápido, disposición para aprender y responsabilidad con los deberes asignados. Los cocineros serán los encargados de preparar y emplatado los platos ordenados por los comensales, por lo tanto es vital que se implementen todas las normas de higiene y además, que las preparaciones se hagan de acuerdo a las recetas dadas por el chef. Por otra parte, al finalizar la

jornada cada cocinero deberá limpiar y organizar su estación, y así mismo transportar los utensilios sucios al lavaplatos.

**Lavaplatos:** Los interesados en esta posición no deben contar con experiencia previa, no obstante, deben ser personas responsables, dispuestas a realizar su labor de la mejor manera posible y dispuestos a trabajar bajo alto flujo de trabajo. Las funciones principales serán: mantener el orden y la limpieza, transportar los utensilios a sus respectivos puestos, realizar el correcto procedimiento para el lavado y desinfección de los platos, ollas, y demás, informar sobre la falta de algún producto de limpieza o alguna dificultad presente.

**Trabajador de oficios:** En este cargo se requiere responsabilidad, efectividad y buen manejo del tiempo, no es necesario tener experiencia previa. Las tareas para realizar son: realizar el aseo general del restaurante, transportar los residuos orgánicos para el proceso de las lombrices californianas, mezclar los residuos con los demás materiales, mantener las zonas verdes en buen estado, supervisar periódicamente el abono que esté listo para empacar, empacarlo y ubicarlo en el lugar destinado.

**Contador:** el contador de un restaurante mexicano es responsable de llevar la contabilidad general, gestionar los inventarios, preparar estados financieros, cumplir con las obligaciones fiscales, administrar la nómina, analizar costos y rentabilidad, elaborar presupuestos y coordinar auditorías. Además, se encarga de supervisar pagos a proveedores y mantener relaciones financieras con bancos, asegurando una operación eficiente y rentable que cumpla con las normativas vigentes.

**Recepcionista:** En este cargo se requiere experiencia previa en atención al cliente. En esta área es donde la mayoría de las veces los clientes reciben su primera impresión del restaurante, por lo tanto, es indispensable que el encargado cuente con excelente comunicación, organización,

habilidades interpersonales, gestión del tiempo, capacidad de trabajar bajo presión, adaptabilidad y la agilidad para resolver problemas. Principalmente las funciones serán: darle la bienvenida al cliente, preguntarle por su interés en el restaurante, orientarlo en la ubicación de las mesas, asistir al cliente en cualquier duda que tenga, y a su vez, cuando se realice cualquier tipo de evento en el restaurante, el recepcionista estará encargado de recibir y orientar a los invitados.

### **9.3. Estructura salarial**

La compensación salarial de los empleados de Mi Ranchito MIX se define conforme al proceso de nómina establecido en el Código Sustantivo del Trabajo de Colombia. Este proceso incluye tanto el salario bruto como diversas deducciones, tales como aportes para salud y pensión, contribuciones parafiscales, prestaciones sociales y riesgos laborales. Asimismo, en cumplimiento de la Ley 278 de 1996, los salarios se ajustan de acuerdo con el salario mínimo legal vigente, el cual ha sido fijado por el Gobierno Nacional en \$1.300.000 para el año 2024, con un auxilio de transporte de \$162.000 para aquellos trabajadores que devenguen hasta dos salarios mínimos. La estructura salarial detallada en el Apéndice K será aplicada en concordancia con el proceso de nómina y las deducciones correspondientes, garantizando una remuneración justa y competitiva.

## **10. Estudio Legal**

### **10.1. Pasos que se deben tomar para constituir una empresa en Colombia.**

#### ***10.1.1. Disponibilidad del nombre de la marca.***

De acuerdo con la búsqueda realizada en la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), en las consultas de marcas, lemas, nombres, enseñas comerciales y denominaciones de origen, se llevó a cabo una búsqueda avanzada de signos distintivos. Como resultado, se determinó

que el nombre de la marca Mi Ranchito MIX está disponible para su registro en Colombia, ya que no presenta distinción ni coincidencia con otras marcas registradas en el país.

### Figura 19.

*Disponibilidad del nombre de la marca SIC.*

The screenshot shows the search interface of the Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) website. The header includes the SIC logo and the text 'Superintendencia de Industria y Comercio' and 'Comercio, Industria y Turismo'. Below the header, there is a navigation bar with 'INICIO >' and 'Buscar Signos Distintivos'. The main content area contains instructions for searching: 'Introduzca el número de expediente de la solicitud para realizar una búsqueda simple. Para una búsqueda más detallada, seleccione **Búsqueda Avanzada** y estarán disponibles más criterios de búsqueda.' Below this, there is a search criteria section with a dropdown menu set to 'Criterio de búsqueda'. The search form includes fields for 'Número de expediente' (containing 'Mi Ranchito Mix'), 'Certificado de Registro N°', and 'Denominación'. A search button is visible, and a modal dialog box is open, displaying the message 'Su búsqueda no produjo resultados.' and an 'Ok' button. The modal also contains a 'Tenga en cuenta' header and some text about search operators like AND, OR, and asterisks.

Nota: imagen capturada de la Super Intendencia de Industria y Comercio (SIC) para la verificación de disponibilidad del nombre de la marca.

#### ***10.1.2. Consulta de la clasificación por actividad económica***

Dado que Mi Ranchito MIX es una empresa dedicada a la preparación y expendio de alimentos preparados, según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), se clasifica bajo el código 5611, correspondiente a la actividad de "Expendio a la mesa de comidas preparadas". Esta categoría incluye la preparación y venta de alimentos a la carta y/o menú del día (principalmente comidas completas) para consumo inmediato, brindando servicio a la mesa. La empresa puede ofrecer o no servicios de domicilio, suministro de bebidas alcohólicas y, opcionalmente, algún tipo de espectáculo, de acuerdo con lo indicado por la Cámara de Comercio.

### ***10.1.3. Tipo de sociedad para construir el negocio***

Mi Ranchito MIX será constituida como una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), una figura jurídica que ofrece responsabilidad limitada a los accionistas, facilidad en su creación y flexibilidad estructural. Además, presenta menores formalidades administrativas y contables, lo que permite una gestión eficiente, favoreciendo el crecimiento sostenible y su atractivo para inversionistas.

### ***10.1.4. Otros tramites***

El funcionamiento de un establecimiento de venta de alimentos también requiere la obtención de un concepto sanitario, conforme a la Resolución 2674 de 2013 del Ministerio de Salud. Este concepto implica una evaluación de las condiciones de seguridad e higiene en las instalaciones para asegurar la salubridad de los alimentos. Además, es obligatorio que todo el personal encargado de la manipulación de alimentos cuente con un certificado de capacitación en manipulación de alimentos, conforme a las normativas vigentes.

Además, existen otros requerimientos legales importantes para Mi Ranchito MIX, como completar los documentos relacionados con el domicilio de la empresa. Si cuenta con una sede física, es necesario realizar trámites específicos y obtener varios permisos que aseguren su operatividad conforme a la normativa legal vigente. Estos permisos incluyen autorizaciones de la Dirección de Bomberos, la Secretaría de Salud, la Planeación Distrital o Municipal, y el cumplimiento de los derechos de autor para el uso de música en el establecimiento. Estas acciones buscan garantizar la seguridad de los clientes y empleados, así como proteger los intereses de la empresa

Finalmente, antes de comenzar operaciones comerciales al público, es esencial notificar al comandante de la estación de policía del municipio correspondiente. Este procedimiento es

indispensable para cumplir con la normativa legal y garantizar que la actividad económica esté debidamente registrada ante la Cámara de Comercio y las autoridades pertinentes.

## **10.2. Obligaciones tributarias**

### ***10.2.1. Impuesto nacional al consumo INC***

La ley 1819 de 2016 decreta en el capítulo VI el impuesto nacional de consumo, por lo tanto, se deben tener en cuenta estas normativas para el funcionamiento del restaurante. A continuación, se describen algunas de las normas establecidas más relevantes acerca de este impuesto.

ARTÍCULO 200. Modifíquese el artículo 512-1 del Estatuto Tributario los cuales quedarán así:

ARTÍCULO 512-1. Impuesto nacional al consumo. El impuesto nacional al consumo tiene como hecho generador la prestación o la venta al consumidor final o la importación por parte del consumidor final, de los siguientes servicios y bienes:

El impuesto nacional al consumo no genera impuestos descontables en el impuesto sobre las ventas (IVA).

... PARÁGRAFO 1. El período gravable para la declaración y pago del impuesto nacional al consumo será bimestral. Los períodos bimestrales son: enero-febrero; marzo-abril; mayo-junio; julio-agosto; septiembre-octubre; noviembre-diciembre.

En el caso de liquidación o terminación de actividades durante el ejercicio, el período gravable se contará desde su iniciación hasta las fechas señaladas en el artículo 595 de este Estatuto. Cuando se inicien actividades durante el ejercicio, el período gravable será el comprendido entre la fecha de iniciación de actividades y la fecha de finalización del respectivo período.

La base gravable en el servicio prestado por los restaurantes está conformada por el precio total del consumo, incluidas las bebidas acompañantes de todo tipo y demás valores adicionales. En ningún caso la propina, por ser voluntaria, hará parte de la base del INC.

La tarifa aplicable al servicio es 8 % sobre todo consumo. El impuesto debe discriminarse en la cuenta de cobro, tiquete de registradora, factura o documento equivalente, y deberá calcularse previamente e incluirse en la lista de precios al público.

Para conocer el paso a paso para realizar la declaración de consumo sugerida, visite la siguiente página de la DIAN: <https://www.dian.gov.co/Prensa/Aprendelo-en-un-DIAN-X3/Paginas/Paso-paso-Declaracion-de-consumo-sugerida.aspx>, donde se brinda la información adecuada para realizar el pago de este impuesto.

### ***10.2.2. Impuesto a la renta y complementarios***

La tarifa general del impuesto de renta para personas jurídicas en el año gravable 2024 será del 35 % sobre el valor de su patrimonio, de acuerdo con lo establecido en el inciso primero del artículo 240 del Estatuto Tributario, modificado por el artículo 10 de la Ley 2277 de 2022.

Las personas jurídicas, sociedades y contribuyentes del Régimen Tributario Especial deberán realizar el pago en dos cuotas. Las fechas asignadas serán de acuerdo con el último dígito del NIT. La presentación de declaración y pago de la primera cuota será del 10 al 24 de mayo de 2024 y el pago de la segunda cuota será del 10 al 23 de julio de 2024.

El hecho de evadir la responsabilidad de declarar renta implica sanciones importantes; donde el contribuyente debe asumir el 20% de los ingresos o consignaciones bancarias de la última declaración realizada. Ahora bien, si presentas tu declaración de renta fuera de la fecha límite la sanción que debes asumir es del 5% del impuesto a cargo y aumenta con cada mes o fracción de mes que dejes pasar entre la fecha límite y el pago (Siigo, 2024).

## 11. Análisis de Impacto Ambiental y Social

La operación de un restaurante implica el consumo de recursos como energía y agua, así como la generación de residuos de diferentes tipos. A continuación, se detallan las áreas potencialmente impactadas:

**Recursos hídricos:** El agua es un recurso esencial para la operación del restaurante, ya que interviene en la mayoría de los procesos (desinfección de alimentos, cocción, limpieza de utensilios, entre otros). Estudios indican que un restaurante consume alrededor de 5.800 litros de agua por día, lo que representa un total aproximado de 2.088.000 litros anuales (Montenegro, s.f.).

Adicionalmente, existe el riesgo de contaminación del agua como consecuencia del uso de sanitarios y la limpieza de instalaciones y alimentos. Por ello, es fundamental contar con los sistemas de contención adecuados, que impidan que estas aguas residuales entren en contacto con el medio ambiente o con fuentes hídricas cercanas.

**Contaminación por residuos orgánicos e inorgánicos:** La cantidad de residuos generados por un restaurante depende de su tamaño, el tipo de alimentos ofrecidos y el volumen de clientes atendidos. No obstante, un estudio realizado en 2018 por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de Colombia estimó que un restaurante promedio en el país produce aproximadamente 50 kilogramos de desechos diarios.

En presente proyecto, una de las actividades clave es la conversión de la mayoría de los residuos orgánicos en abono, lo que reduce significativamente el impacto ambiental del restaurante. No obstante, un porcentaje de residuos será segregado según su categoría y gestionado para su recolección por parte de empresas especializadas en reciclaje.

Por otra parte, la creación de este restaurante genera un impacto social positivo en la zona debido a que beneficiará a la población no solamente con la generación de empleo, que en la matriz Leopold es el segundo impacto positivo que tiene el proyecto, sino también con la transformación de los residuos, puesto que considerando el desarrollo del proyecto muchas personas recibirán el abono orgánico creado. Además, la materia prima para los alimentos se va a obtener principalmente de los agricultores locales.

En este proyecto la matriz de Leopold permitió evidenciar el impacto que las acciones realizadas para el mantenimiento y puesta en marcha del restaurante tendrán sobre los recursos naturales.

El desarrollo de la matriz Leopold se encuentra en el Apéndice L.

La matriz se realizó considerando las acciones más relevantes que se desarrollarán en este proyecto, y analizando si el impacto es positivo o negativo, se realiza una calificación en una escala del 1 al 10, dependiendo del grado de afectación que cada acción tendrá.

Como resultado final, los factores ambientales que más serán afectados por el proyecto son la microflora y los pastos, debido a la construcción del establecimiento. Por otro lado, la acción que tendrá un impacto negativo moderado es la construcción de los tanques sépticos, sin embargo, es un impacto que puede ser controlado mediante mantenimiento y prevención, para evitar cualquier contaminación con el medio.

Como acción positiva, el paisajismo beneficia el medio ambiente, puesto que se realiza el mantenimiento y preservación de las zonas verdes para brindar un entorno natural. Además, como factores positivos principales del proyecto, están el uso comercial del suelo y la generación de empleo que se generará en la zona.

En conclusión, la matriz Leopold es una herramienta que permite evidenciar los posibles efectos tanto negativos como positivos del proyecto en relación con el factor ambiental y social, lo que permite considerar y desarrollar estrategias para tener el mínimo impacto negativo y aumentar los beneficios.

## 12. Análisis financiero

### 12.1. Inversión inicial

La inversión inicial de Mi Ranchito Mix se distribuye en tres componentes clave. Primero, la inversión fija, que asciende a \$573.040.289, representa la mayor parte del capital y está destinada a activos tangibles esenciales para la operación del restaurante, como mobiliario, equipos de cocina, utensilios, adecuación del local y tecnología. Luego, la inversión diferida, de \$40.800.000, se refiere a los gastos que no son recurrentes y que se realizan antes de la apertura, como licencias, estudios de mercado, diseño del restaurante y trámites administrativos. Finalmente, la inversión en capital de trabajo, con un monto de \$146.475.378, cubre el capital necesario para las operaciones diarias, como la compra inicial de insumos, pago a proveedores y personal.

#### Figura 20.

*Inversión inicial.*

<b>Inversión inicial</b>	<b>Valor</b>
<b>Inversión Fija</b>	\$ 573.040.289
<b>Inversión Diferida</b>	\$ 40.800.000
<b>Inversión en Capital de Trabajo</b>	\$ 146.475.378
<b>Total</b>	\$ 760.315.667

## 12.2. Financiación

La financiación de Mi Ranchito Mix está basada en un crédito de \$456.189.400, con un plazo de 36 meses y una tasa de interés mensual del 1,54%, equivalente a una tasa efectiva anual del 20,13%. El valor del pago mensual es de \$16.602.394, que se distribuye entre el pago de intereses y el abono al capital.

**Tabla 19.**

*Resumen de la financiación.*

Año	Pagos	Intereses	Abono a capital	Saldo
1	\$ 199.228.727,91	\$ 74.052.225,48	\$ 125.176.502,44	\$ 331.012.897,96
2	\$ 199.228.727,91	\$ 48.856.123,53	\$ 150.372.604,38	\$ 180.640.293,57
3	\$ 199.228.727,91	\$ 18.588.434,34	\$ 180.640.293,57	\$ -
<b>Total</b>	<b>\$ 597.686.183,74</b>	<b>\$ 141.496.783,35</b>	<b>\$ 456.189.400,39</b>	

## 12.3. Estados financieros proyectados

### *12.3.1. Estado de resultados proyectado*

El estado de resultados proyectado de Mi Ranchito Mix muestra un crecimiento sostenido en sus ingresos y utilidades durante los cinco años. Los ingresos totales aumentan de \$1.804.176.000 en el año 1 a \$2.536.563.658 en el año 5, lo que refleja un crecimiento constante. La utilidad bruta también crece de \$424.419.716 en el año 1 a \$858.355.560 en el año 5, lo que indica una mejora en la rentabilidad. La utilidad operativa sigue esta tendencia, pasando de \$301.584.603 en el primer año a \$720.103.558 en el quinto año. Las utilidades antes de impuestos incrementan de \$220.315.674 en el año 1 a \$709.957.303 en el año 5. Finalmente, la utilidad neta casi se triplica, de \$143.205.188 en el primer año a \$461.472.247 en el quinto año. Estos datos

sugieren un potencial modelo de negocio robusto, con una mejora significativa en las utilidades a medida que la empresa madura, optimizando tanto sus ingresos como sus costos.

**Tabla 20.**

*Estado de resultados proyectado*

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Total, de ingresos</b>	\$ 1.804.176.000	\$ 1.955.890.800	\$ 2.119.316.342	\$ 2.344.148.163	\$ 2.536.563.658
<b>Utilidad bruta</b>	\$ 424.419.716	\$ 490.712.029	\$ 586.628.902	\$ 740.513.596	\$ 858.355.560
<b>Utilidad operativa</b>	\$ 301.584.603	\$ 364.191.862	\$ 456.313.131	\$ 606.288.351	\$ 720.103.558
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	\$ 220.315.674	\$ 307.512.175	\$ 429.247.431	\$ 596.911.759	\$ 709.957.303
<b>Utilidad neta</b>	\$ 143.205.188	\$ 199.882.914	\$ 279.010.830	\$ 387.992.643	\$ 461.472.247

### *12.3.2. Estado de situación financiera*

El estado de situación financiera de **Mi Ranchito Mix** proyecta un crecimiento significativo en sus activos y patrimonio a lo largo de los cinco años. El total de activos corrientes pasa de \$146.475.378 en el año 0 a \$1.658.702.439 en el año 5, lo que refleja un aumento importante en la capacidad de la empresa para cubrir sus obligaciones a corto plazo. El activo fijo neto disminuye progresivamente de \$573.040.289 en el año 0 a \$365.472.706 en el año 5, lo cual es natural debido a la depreciación de los activos a lo largo del tiempo. En cuanto a los pasivos totales, se observa una reducción considerable, pasando de \$456.189.400 en el año 0 a \$248.485.056 en el año 5, lo que indica un fuerte enfoque en la reducción de deuda, especialmente las obligaciones de largo plazo que son liquidadas antes del año 3. El patrimonio total aumenta sustancialmente de \$304.126.267 en el año 0 a \$1.775.690.089 en el año 5, lo que señala una acumulación significativa de valor dentro de la empresa.

**Tabla 21.***Estado de situación financiera proyectado.*

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Total, activo corriente</b>	\$ 146.475.3	\$ 291.288.0	\$ 420.990.6	\$ 611.642.06	\$ 1.107.990.7	\$ 1.658.702.4
	78	66	68	1	35	39
<b>Total, activo fijo neto</b>	\$ 573.040.2	\$ 531.526.7	\$ 490.013.2	\$ 448.499.73	\$ 406.986.22	\$ 365.472.70
	89	72	56	9	3	6
<b>Activo diferido neto</b>	\$ 40.800.00	\$ 32.640.00	\$ 24.480.00	\$ 16.320.000	\$ 8.160.000	\$ -
	0	0	0			
<b>Activo total</b>	\$ 760.315.6	\$ 855.454.8	\$ 935.483.9	\$ 1.076.461.8	\$ 1.523.136.9	\$ 2.024.175.1
	67	39	24	00	58	45
<b>Total, pasivo corriente</b>	\$ 125.176.5	\$ 227.483.0	\$ 288.269.5	\$ 150.236.60	\$ 208.919.11	\$ 248.485.05
	02	90	55	1	6	6
<b>Obligaciones de largo plazo</b>	\$ 331.012.8	\$ 180.640.2	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	98	94				
<b>Pasivo total</b>	\$ 456.189.4	\$ 408.123.3	\$ 288.269.5	\$ 150.236.60	\$ 208.919.11	\$ 248.485.05
	00	84	55	1	6	6
<b>Patrimonio total</b>	\$ 304.126.2	\$ 447.331.4	\$ 647.214.3	\$ 926.225.19	\$ 1.314.217.8	\$ 1.775.690.0
	67	55	69	9	42	89
<b>Total, pasivo + patrimonio</b>	\$ 760.315.6	\$ 855.454.8	\$ 935.483.9	\$ 1.076.461.8	\$ 1.523.136.9	\$ 2.024.175.1
	67	39	24	00	58	45

**12.3.3. Estado de flujo de caja libre**

El estado de flujo de caja libre proyectado de Mi Ranchito Mix muestra una mejora significativa a lo largo de los cinco años. En el año 0, el flujo de caja libre es negativo con - \$760.315.667, lo que refleja las inversiones iniciales necesarias para poner en marcha el negocio.

Sin embargo, ya en el año 1, el flujo de caja libre se vuelve positivo con \$351.258.120, y sigue aumentando consistentemente en los años siguientes, alcanzando \$560.857.959 en el año 5.

Este crecimiento en el flujo de caja libre es un indicativo claro de que el negocio está generando suficiente efectivo no solo para cubrir sus operaciones, sino también para financiar nuevas inversiones, pagar deudas o distribuir beneficios a los accionistas. Además, el incremento en el flujo de caja operacional bruto, que pasa de \$455.266.906 en el año 1 a \$889.202.749 en el año 5, respalda la solidez operativa de la empresa. En resumen, el flujo de caja libre proyectado muestra un crecimiento positivo y sostenido, lo que sugiere que Mi Ranchito Mix tendrá una sólida capacidad financiera para cumplir con sus compromisos y expandirse en el futuro.

**Tabla 22.**

*Estado de flujo de caja libre proyectado.*

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Total, de ingresos operacionales</b>		\$ 1.804.176.000	\$ 1.955.890.800	\$ 2.119.316.342	\$ 2.344.148.163	\$ 2.536.563.658
<b>Fujo de caja operacional bruto</b>		\$ 455.266.906	\$ 521.559.218	\$ 617.476.092	\$ 771.360.785	\$ 889.202.749
<b>Fujo de caja operacional neto</b>		\$ 351.258.120	\$ 336.754.893	\$ 398.357.386	\$ 505.725.267	\$ 560.857.959
<b>Fujo de caja libre</b>	-\$ 760.315.667	\$ 351.258.120	\$ 336.754.893	\$ 398.357.386	\$ 505.725.267	\$ 560.857.959

## 12.4. Evaluación financiera

### 12.4.1. Valor presente neto (VPN) y Tasa interna de retorno (TIR)

El proyecto de Mi Ranchito MIX presenta una sólida viabilidad financiera con un Valor Presente Neto (VPN) estimado de \$634.279.670 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 43%. Esta TIR supera ampliamente la tasa de oportunidad del 15%, lo que significa que no solo cubrirá los costos de capital, sino que también generará un rendimiento adicional del 28% sobre esa tasa. El VPN positivo asegura que los flujos de caja futuros descontados superan los costos iniciales del proyecto, garantizando una rentabilidad considerable y un aumento en el valor neto de Mi Ranchito MIX.

#### Tabla 23.

*Cálculo del VPN y la TIR.*

<b>Cálculo VPN y TIR</b>	
<b>Año 0</b>	-\$ 760.315.667,32
<b>Año 1</b>	\$ 351.258.119,75
<b>Año 2</b>	\$ 336.754.892,92
<b>año 3</b>	\$ 398.357.386,05
<b>Año 4</b>	\$ 505.725.266,99
<b>Año 5</b>	\$ 560.857.958,95
<b>TASA</b>	15%
<b>VPN</b>	\$ 634.279.670,11
<b>TIR</b>	43%

## 12.5. Evaluación financiera por escenarios

En los escenarios financieros presentados para Mi Ranchito Mix, se evaluaron tres proyecciones: conservadora, probable y optimista, basadas en la demanda estimada del mercado.

En el escenario conservador, el proyecto sigue siendo viable con un Valor Presente Neto (VPN) positivo de 573 millones, lo que sugiere que los ingresos descontados superan los costos. La Tasa Interna de Retorno (TIR) del 42% supera la tasa de oportunidad del 15%, indicando

rentabilidad, aunque más baja en comparación con los otros escenarios. El Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) es cercano a los 2 años, y el punto de equilibrio de 7.038 unidades sugiere un tiempo de recuperación más largo y un menor número de ventas necesarias para cubrir los costos. En caso de que se presente este escenario, el precio al cliente tendría que ajustarse a \$160.000 para sostenerse con una demanda mensual proyectada de 621 clientes.

En el escenario probable, con un precio de venta de \$44.000, se proyecta un VPN de 634 millones, lo que indica una rentabilidad sólida. La TIR del 43% supera ampliamente la tasa de oportunidad, lo que refleja un alto retorno sobre la inversión. El PRI es de 2 años y 2 meses, lo que representa un periodo razonable de recuperación. El punto de equilibrio de 37.769 unidades sugiere estabilidad financiera con un volumen de ventas manejable.

En el escenario optimista, el VPN alcanza 3.282 millones, reflejando un beneficio significativamente mayor. La TIR del 144% indica una rentabilidad extremadamente alta, muy por encima de la tasa de oportunidad. El PRI es el más corto, de 7 meses, lo que muestra una rápida recuperación de la inversión. Aunque el punto de equilibrio es de 37.556 unidades, se compensa con la elevada rentabilidad proyectada.

Para evitar caer en el escenario pesimista, es crucial enfocarse en estrategias que impulsen la demanda, como ofrecer una propuesta de valor diferenciada, mejorar la experiencia del cliente y optimizar las campañas de marketing para captar más clientes. Además, es importante controlar los costos operativos y ajustar el precio de los productos de manera competitiva, asegurando un volumen de ventas suficiente que permita mantener la viabilidad financiera sin depender de incrementos de precios significativos.

**Tabla 24.***Evaluación de escenarios financieros de Interactive.*

	<b>Pesimista</b>	<b>Probable</b>	<b>Optimista</b>
<b>VPN</b>	573 millones	634 millones	3.282 millones
<b>TIR</b>	42%	43%	144%
<b>PRI</b>	<b>2 años, 1 meses y 26 días</b>	<b>2 años, 2 meses y 5 días</b>	<b>7 meses y 23 días</b>
<b>Punto de equilibrio</b>	7.038	37.769	37.556

### 13. Plan estratégico

#### 13.1. Misión

La misión de Mi Ranchito Mix es ofrecer una auténtica experiencia gastronómica mexicana, combinando platos tradicionales con un ambiente cultural vibrante, mientras promovemos la sostenibilidad a través del tratamiento ecológico de residuos y la producción de abono orgánico. Nos enfocamos en brindar un servicio de calidad y responsabilidad ambiental, generando valor para nuestros clientes y la comunidad.

#### 13.2. Visión

La visión de Mi Ranchito Mix para el año 2026 es convertirse en el restaurante líder en experiencias gastronómicas mexicanas en la región, reconocido por su compromiso con la autenticidad culinaria, la sostenibilidad ambiental y la excelencia en el servicio

#### 13.3. Plan de negocios: Modelo Canvas

El Modelo CANVAS de Mi Ranchito Mix está compuesto por varios elementos clave que sustentan el funcionamiento del negocio.

En cuanto a los socios clave, se cuenta con inversores, proveedores de materia prima, bandas de música para el entretenimiento en vivo y prestadores de servicios necesarios para el funcionamiento del restaurante. Las actividades clave incluyen la preparación del menú, la organización de shows en vivo, el proceso de transformación de los residuos orgánicos, la compra y organización de la materia prima, la limpieza general y la entrega del abono orgánico a los clientes.

Entre los recursos clave se destacan los empleados, los productos mexicanos importados, el local, los implementos tecnológicos, el capital en efectivo y los implementos necesarios para el tratamiento de los residuos orgánicos que serán convertidos en abono. La propuesta de valor de Mi Ranchito Mix es ofrecer una experiencia gastronómica auténtica con sazón mexicano, combinando la comida con entretenimiento cultural y contribuyendo al cuidado del medio ambiente mediante la transformación de los residuos orgánicos en abono.

Las relaciones con el cliente se establecen a través de una interacción directa, el fortalecimiento de la comunidad en redes sociales, la página web y la organización de jornadas de socialización sobre el proceso de producción del abono orgánico. Los canales utilizados para llegar a los clientes incluyen redes sociales, la página web del restaurante y el local físico.

En cuanto a los segmentos de clientes, Mi Ranchito Mix se enfoca principalmente en personas interesadas en la comida mexicana, familias locales de El Socorro y zonas aledañas, estudiantes y personas de todas las edades que valoran la comida y la cultura mexicana.

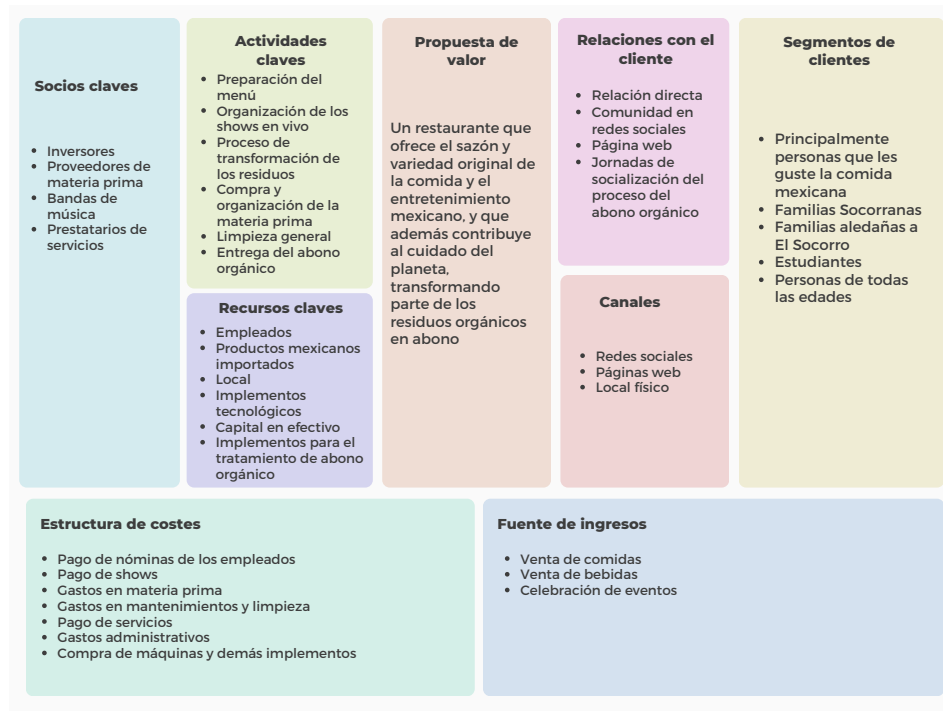
La estructura de costes contempla los pagos de nóminas de empleados, los gastos en shows, la adquisición de materia prima, los costos de mantenimiento y limpieza, el pago de servicios, gastos administrativos y la compra de máquinas e implementos necesarios para el restaurante.

Finalmente, las fuentes de ingresos provienen de la venta de comidas y bebidas, así como de la celebración de eventos especiales dentro del restaurante.

Este modelo permite a Mi Ranchito Mix operar de manera integral, alineando sus recursos, actividades y propuestas de valor para ofrecer una experiencia única a sus clientes, basada en la autenticidad gastronómica y la sostenibilidad.

**Figura 21.**

*Modelo Canvas Mi Ranchito Mix.*



### 13.4. Bitácora estratégica

#### 13.4.1. SMART

En este análisis se plantean los cambios que se quieren lograr en la apertura y funcionamiento del restaurante.

**Figura 22.**

*SMART*

<b>S</b>	<b>Específicos</b>	<b>Darse a conocer y aumentar la visibilidad del restaurante</b>
<b>M</b>	<b>Medibles</b>	Obtener mínimo 500 seguidores en la página oficial de Instagram
<b>A</b>	<b>Alcanzables</b>	Contar con todos los productos indispensables para comenzar operaciones

<b>R</b>	Relevantes	Aumentar las ventas en más de un 50%
<b>T</b>	Basados en el tiempo	Durante el primer mes de apertura del restaurante

**13.4.2. Actividades, planes de acción e indicadores**

En este análisis se tienen en cuenta los objetivos propuestos, para plantear las estrategias que permitan cumplir dichos objetivos. Además, también se identifican la forma de conocer si el objetivo se logró, o si por el contrario se deben replantear las estrategias.

**Figura 23.**

*Bitácora estratégica*

Objetivos estratégicos	Estrategias	Indicador
	Colocar carteles y pancartas llamativos en la entrada de la vía	Cantidad de clientes atendidos al día
Darse a conocer y aumentar la visibilidad del restaurante	Hacer publicidad a través de redes sociales. Realizar publicidad a través de la misma página. Recomendar el lugar a amigos, familia, vecinos y demás personas conocidas	La cantidad de personas que saben dónde está el restaurante
Obtener mínimo 500 seguidores en la página oficial de Instagram	Crear reels, publicaciones, compartir con conocidos las publicaciones y eventos que se celebrarán	Número de seguidores en la página
Contar con todos los productos indispensables para comenzar operaciones	Clasificar de manera efectiva los proveedores	Que se preparen todos los platos sin restricciones o retrasos
Aumentar las ventas en más de un 50%	Realizando eventos y presentaciones de inauguración	Aumento de ventas

**14. Conclusiones**

A partir del análisis PESTEL para Mi Ranchito Mix, se pueden extraer dos conclusiones clave. Primero, los factores políticos y económicos en Colombia presentan una oportunidad

significativa para el crecimiento del restaurante. Las diversas subvenciones gubernamentales, programas como Bancóldex y EMPRETUR, y las políticas de apoyo a microempresas ofrecen acceso a financiación y capacitación, lo que fortalecerá la capacidad de Mi Ranchito Mix para competir y expandirse en el mercado. Además, aunque la reciente reforma tributaria implica mayores costos operativos en productos como bebidas azucaradas y alimentos ultra procesados, el restaurante puede adaptar su menú para mitigar estos impactos y aprovechar las oportunidades de financiamiento para innovación y sostenibilidad.

En segundo lugar, los factores ecológicos y tecnológicos juegan un papel crucial en la diferenciación del restaurante. Mi Ranchito Mix tiene una ventaja competitiva al integrar prácticas sostenibles, como el tratamiento de residuos orgánicos mediante lombricultura, alineándose con la creciente demanda de los consumidores por negocios ecológicamente responsables. Al mismo tiempo, la incorporación de tecnología avanzada, como sistemas de gestión de pedidos y automatización de procesos, no solo mejorará la eficiencia operativa, sino que también incrementará la satisfacción del cliente, consolidando al restaurante como una opción innovadora y sostenible en el mercado gastronómico.

En conclusión, el análisis de las cinco fuerzas de Porter para Mi Ranchito Mix revela que el restaurante enfrenta un entorno competitivo moderado. El poder de negociación de los proveedores es medio bajo debido a la variedad de opciones de abastecimiento en la región, mientras que la amenaza de nuevos competidores es media debido a las barreras de entrada, como la inversión inicial y la diferenciación del producto. La amenaza de productos sustitutos y la rivalidad entre competidores es medio alta, ya que existen múltiples opciones gastronómicas en Socorro que pueden competir en precio y calidad, lo que obliga al restaurante a enfocarse en la diferenciación y la lealtad del cliente. Finalmente, el poder de negociación de los compradores es

medio, ya que los consumidores tienen opciones sustitutivas y pueden influir en las decisiones del restaurante a través de su comportamiento colectivo y comparativo. Estas dinámicas destacan la importancia de desarrollar estrategias sólidas de diferenciación, marketing y gestión de relaciones con los proveedores para mantener la competitividad en el mercado.

la investigación de mercados para Mi Ranchito Mix revela un perfil demográfico favorable, con una mayoría de consumidores empleados y una alta predisposición al consumo de comida fuera del hogar, particularmente en horarios de cena. Los clientes valoran la calidad de la comida, la atención y están dispuestos a pagar más por experiencias que incluyan entretenimiento, lo que representa una oportunidad clave para diferenciar el restaurante. Además, existe una alta receptividad hacia la comida mexicana y un interés significativo en prácticas sostenibles, como la entrega de abono orgánico. Estos factores sugieren que Mi Ranchito Mix puede posicionarse exitosamente en el mercado de El Socorro, aprovechando la demanda por experiencias gastronómicas auténticas y ambientalmente responsables.

el proyecto Mi Ranchito MIX presenta una sólida viabilidad financiera, respaldada por un Valor Presente Neto (VPN) positivo y una Tasa Interna de Retorno (TIR) muy superior a la tasa de oportunidad del 15%, garantizando un retorno atractivo sobre la inversión. En los diferentes escenarios financieros (conservador, probable y optimista), el proyecto demuestra rentabilidad, con el escenario probable mostrando un VPN de 634 millones y una TIR del 43%. El análisis destaca la importancia de gestionar adecuadamente los costos, implementar estrategias efectivas para aumentar la demanda, y ajustar los precios de manera competitiva. Estas acciones permitirán mantener la estabilidad financiera del proyecto, garantizando un equilibrio entre rentabilidad y volumen de ventas para evitar un escenario pesimista y maximizar el éxito del restaurante.

### Referencias Bibliográficas

- Innova. (2024). *Amenaza de Nuevos Competidores: Ejemplos Reales y Estrategias para Mitigar*.  
<https://1nnova.com/amenaza-de-nuevos-competidores-ejemplos/>
- 5 Fuerzas de Porter. (s.f.). *Amenaza de productos sustitutos*.  
<https://www.5fuerzasdeporter.com/amenaza-de-productos-sustitutos/>
- Aldea, V. (7 de noviembre 2023). *Combo blog. Cómo calcular el personal para un restaurante: Claves para contratar al número óptimo de empleados y ofrecer un servicio de calidad*.  
<https://combohr.com/es/blog/como-calculiar-el-personal-para-un-restaurante>
- Alfa. (s.f.). *Cocinas integrales, inteligentes y sostenibles*. <https://cnr.alfa.com.co/cocinas-integrales-inteligentes-y-sostenibles/>
- andalucialab. (s.f.). *10 tendencias en Restauración para un 2024 repleto de sabor*.  
<https://www.andalucialab.org/blog/tendencias-en-restauracion-2024/>
- ANDI. (2023). *La Cámara del Sector Gastronómico de la ANDI manifiesta su preocupación por los impactos negativos que el Proyecto de Reforma Laboral representaría para este sector*. <https://www.andi.com.co/Home/Noticia/17428-la-camara-del-sector-gastronomico-de-la>
- Banco de República. (2024). *Tasa de interés y sector financiero*.  
<https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/tasas-de-interes-y-sector-financiero>
- Buen Gusto 1. (2023). *Tendencias culinarias que están marcando el consumo en el 2023*.  
<https://www.buengusto.co/tendencias-culinarias-que-estan-marcando-el-consumo-en-2023/>
- Buen Gusto. (2023). *Cómo los restaurantes pueden afrontar la inflación y proteger la rentabilidad*. <https://www.buengusto.co/como-los-restaurantes-pueden-afrontar-la-inflacion-y-proteger-la-rentabilidad/>
- Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2022). *Actividad Empresarial del sector Turismo en Santander 2022*.  
[https://www.camaradirecta.com/imagenes/vdo\\_conexion/cone\\_97fa7c52dfc016552768d356209497db158f98f7.pdf](https://www.camaradirecta.com/imagenes/vdo_conexion/cone_97fa7c52dfc016552768d356209497db158f98f7.pdf)
- Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2023). *Dinámica Empresarial en provincia*.  
[https://www.camaradirecta.com/imagenes/vdo\\_conexion/cone\\_f1cb641201ffba821f3638a881af1ff89d6a5405.pdf](https://www.camaradirecta.com/imagenes/vdo_conexion/cone_f1cb641201ffba821f3638a881af1ff89d6a5405.pdf)
- Cambio. (2023). *Efectos del cambio climático en Colombia: un desafío urgente*.  
<https://cambio.com.co/articulo/efectos-del-cambio-climatico-en-colombia-un-desafio-urgente/>

- Comercio, Industria y Comercio. (2024). *Apoyo para los pequeños negocios y emprendimientos, profesionales independientes y artesanos*.  
<https://colombiasigueadelante.mincit.gov.co/ejes/microempresarios>
- Corporativoriba. (s.f.). *Aprende a como mejorar tu poder de negociación con los proveedores*.  
[https://corporativoriba.com/poder-de-negociacion-de-los-proveedores/?expand\\_article=1](https://corporativoriba.com/poder-de-negociacion-de-los-proveedores/?expand_article=1)
- DANE. (2023). *Índices de precios al consumidor*.  
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-informacion-tecnica>
- DataCrédito Empresas. (2023). *Tecnología en Colombia: Una industria cada vez más importante dentro del crecimiento del país*. <https://www.datacreditoempresas.com.co/blog-datacredito-empresas/tecnologia-en-colombia-cada-vez-mas-importante/>
- Díaz, P. (2023). *Revista La Barra. Tecnología al servicio de la eficiencia y satisfacción en restaurantes*. <https://www.revistalabarra.com/es/noticias/tecnologia-al-servicio-de-la-eficiencia-y-satisfaccion-en-restaurantes>.
- Díaz, P. (2023). *Tecnología al servicio de la eficiencia y satisfacción en restaurantes*.  
<https://www.revistalabarra.com/es/noticias/tecnologia-al-servicio-de-la-eficiencia-y-satisfaccion-en-restaurantes>.
- econoes. (2023). *Barreras de entrada: qué son, tipos y cómo superarlas*.  
<https://econoes.com/actualidad/barreras-de-entrada-que-son-tipos-y-como-superarlas/>
- El Tiempo. (2024). *Mexicana o colombiana: ¿Cuál gastronomía está mejor calificada por los expertos?*. <https://www.eltiempo.com/cultura/gastronomia/mexicana-o-colombiana-cual-gastronomia-esta-mejor-calificada-por-los-expertos-855202>
- Equipo editorial Indeed. (20 de julio de 2023). *Gerente de un restaurante: funciones, requisitos y salario*. <https://www.indeed.com/orientacion-profesional/como-encontrar-empleo/gerente-restaurant-funciones>
- EY. (2024). *Elecciones 2024 y su impacto en los negocios*. [https://www.ey.com/es\\_mx/strategy-transactions/elecciones-2024-y-su-impacto-en-los-negocios](https://www.ey.com/es_mx/strategy-transactions/elecciones-2024-y-su-impacto-en-los-negocios)
- FAQ Restaurant. (s.f.). *Subproceso: Negociación con los proveedores en tu restaurante*.  
<https://faq.restaurant/subproceso-negociacion-con-proveedores-en-tu-restaurant/>
- Ferreira, D. (2015). *El Modelo Canvas en la formación de proyectos*.  
<https://revistas.ucc.edu.co/index.php/co/article/view/1252/1439>
- Gallego. (2023). *Plan De Mercadeo De Inmobiliaria Para Aumentar Sus Ventas Mediante La Identificación De Factores De Compra*.  
<https://red.uao.edu.co/server/api/core/bitstreams/3e7acc49-1c1d-491b-b6bb-1440032c42b5/content>
- Hamilton, M. y Pezo, A. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados. Convenio Andrés Bello*.  
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang\\_es&id=PfpYxDclwUMC&oi=fnd&pg=PP10&dq=Estudio+legal+proyecto&ots=5gCz7TD2FX&sig=1QWSZIJi-piuETojMz9j-iaWHF8#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=PfpYxDclwUMC&oi=fnd&pg=PP10&dq=Estudio+legal+proyecto&ots=5gCz7TD2FX&sig=1QWSZIJi-piuETojMz9j-iaWHF8#v=onepage&q&f=false)

- Infobae 1. (2023). *Restaurantes en crisis: así está el panorama del sector ante la inflación, el dólar y las reformas de Gustavo Petro*.  
<https://www.infobae.com/colombia/2023/06/11/restaurantes-en-crisis-asi-esta-el-panorama-del-sector-ante-la-inflacion-el-dolar-y-las-reformas-de-gustavo-petro/>
- Infobae. (2024). *80% de los colombianos considera regular o critica la biodiversidad en el país y ve con preocupación el cambio climático*.  
<https://www.infobae.com/colombia/2024/09/12/el-80-de-los-colombianos-considera-regular-o-critica-la-biodiversidad-en-el-pais-y-ve-con-preocupacion-el-cambio-climatico/>
- Institucional Colombia. (2023). *Reforma tributaria: ¿Cómo impactaría al sector gastronómico?*.  
<https://www.institucionalcolombia.com/informe-especial/como-impacta-la-reforma-tributaria-a-su-restaurante/>
- Last.com. (2024). *Las tendencias de restauración para 2024*.  
<https://www.last.app/recursos/blog/las-tendencias-en-restauracion-para-2024>
- Lavalle, A. (s.f.). *Análisis financiero*.  
[https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=lang\\_es&id=RuE2DAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=An%C3%A1lisis+financiero+proyecto&ots=o2mJQrAVNr&sig=qkTqcCzH5EvuRrlyvklWLNjyTPo#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=lang_es&id=RuE2DAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=An%C3%A1lisis+financiero+proyecto&ots=o2mJQrAVNr&sig=qkTqcCzH5EvuRrlyvklWLNjyTPo#v=onepage&q&f=false)
- Laverde, O. (2023). *For 2030, scientific and technological innovation in Colombia is predicted to increase by 20%*. <https://periodico.unal.edu.co/articulos/para-2030-la-innovacion-cientifica-y-tecnologica-en-colombia-aumentaria-en-un-20-?lgn=en>
- Marnetti, J. (2012). *Implementación de la producción de lombricultura*.  
[https://tesisenfermeria.bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/5236/marnettiproseso-productivo-de-abonos-organicos-lombricultura.pdf](https://tesisenfermeria.bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/5236/marnettiproseso-productivo-de-abonos-organicos-lombricultura.pdf)
- Martínez, S. (2022). *Colombianos gastan más en alimentos, pero comen menos*.  
<https://goula.lat/colombianos-gastan-mas-en-alimentos-pero-comen-menos/#:~:text=C%C3%B3mo%20se%20mueve%20el%20consumo%20en%20los%20restaurantes%20colombianos&text=Con%20la%20reapertura%20despu%C3%A9s%20de,14%2C8%20billones%20de%20pesos>
- MinAmbiente. (2023). *¿Cómo afectaría el cambio climático a Colombia en los próximos años?*.  
<https://www.minambiente.gov.co/como-afectaria-el-cambio-climatico-a-colombia-en-los-proximos-anos/>
- MinComTur. (2023). *Gobierno nacional lanza EMPRETUR, el primer programa de estímulos, incentivos y fomentos al sector turismo*.  
<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/gobierno-nacional-lanza-empretur-2023>
- Mondragón, D. (2017). *Formulación y evaluación de proyectos*. Fondo editorial Areandino.  
<https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1318/Formulaci%C3%B3n%20y%20Evaluaci%C3%B3n%20de%20Proyectos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Montenegro, C. (s.f). *Restaurantes rentables. ¿Cómo calcular el consumo de agua en restaurantes?* .[https://restaurantesrentables.es/calculo-de-consumo-de-agua-en-restaurantes/#cuantos\\_litros\\_de\\_agua\\_gasta\\_un\\_restaurante\\_al\\_dia](https://restaurantesrentables.es/calculo-de-consumo-de-agua-en-restaurantes/#cuantos_litros_de_agua_gasta_un_restaurante_al_dia)
- Nativos Digitales. (s.f.). *Guía completa para analizar las 5 fuerzas de Porter de forma efectiva.* <https://ndmarketingdigital.com/como-se-analizan-las-5-fuerzas-de-porter/>
- Niño, N. Camelo, I. y Pulgarín, S.(2020). *Modelo de fiabilidad y validez de la fuerza competitiva de Porter "amenaza de entrantes potenciales"*. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1796>
- OBS Business School. (2020). *Barreras de entrada: qué son, impacto y fuentes.* <https://www.obsbusiness.school/blog/barreras-de-entrada-que-son-impacto-y-fuentes>
- Parra, J. Santiago, E. Murillo, M. y Atonal, C. (2010). *Estrategias para negociaciones exitosas.* <https://www.redalyc.org/pdf/730/73013006009.pdf>
- Pendolo. (s.f.). *Cómo Negociar con Proveedores En Tu Restaurante.* <https://penduloforce.com/es/negociar-con-proveedores-en-restaurante/>
- Plan de Desarrollo Socorro. (2020). *Socorro, la Ciudad de las Oportunidades 2020 – 2023.* 20742 [plan-de-desarrollo-2020-2023-aprobado.pdf](https://micolombiadigital.gov.co/20742_plan-de-desarrollo-2020-2023-aprobado.pdf) (micolombiadigital.gov.co)
- Porter, M. (2008). *Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia.* [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56900905/3.-\\_Las\\_cinco\\_fuerzas\\_competitivas\\_que\\_le\\_dan\\_forma\\_a\\_la\\_estrategia-libre.pdf?1530417765=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLas\\_cinco\\_fuerzas\\_competitivas\\_que\\_le\\_da.pdf&Expires=1726444428&Signature=Oeh~y94XX9mAz8WOiB~d5~rNxjBfAMZx3z1uK9G8DnrIJ~VvM6SSYLwLFHovwUuWIn1eFYiimHs9kQ7PxDqkYzrTfliWOU3BpwYZbNVOcmxIr~LxN09KmpR1RCIX2-8ZD7mII58r2536AjjXNh3mhi-bPjusbxqyyFUIN3-uSkmdS~yElaPRbw5IEhXvXddUygruglPN5EF73ox03Bhq2Fv4YM-5~0QkgjAbqCDoh6UYaITYjAI7gXbufM0Rp~GNWbacO~dPaaiU9tSsr6LgIr7B6hvozUigIWibP7fSGDIXdn9d2l0NWBMOkb6YF3IoXU~5to8THcNwcoQ60CFOQ\\_\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56900905/3.-_Las_cinco_fuerzas_competitivas_que_le_dan_forma_a_la_estrategia-libre.pdf?1530417765=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLas_cinco_fuerzas_competitivas_que_le_da.pdf&Expires=1726444428&Signature=Oeh~y94XX9mAz8WOiB~d5~rNxjBfAMZx3z1uK9G8DnrIJ~VvM6SSYLwLFHovwUuWIn1eFYiimHs9kQ7PxDqkYzrTfliWOU3BpwYZbNVOcmxIr~LxN09KmpR1RCIX2-8ZD7mII58r2536AjjXNh3mhi-bPjusbxqyyFUIN3-uSkmdS~yElaPRbw5IEhXvXddUygruglPN5EF73ox03Bhq2Fv4YM-5~0QkgjAbqCDoh6UYaITYjAI7gXbufM0Rp~GNWbacO~dPaaiU9tSsr6LgIr7B6hvozUigIWibP7fSGDIXdn9d2l0NWBMOkb6YF3IoXU~5to8THcNwcoQ60CFOQ__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)
- Promotora de Comercio Social. (s.f.). *Promovemos el comercio de productos colombianos a nivel nacional e internacional.* <https://www.pcsocial.org/>
- Salguero, M. (20 de agosto 2023). *Optimiza la sala: Necesitas estos camareros por mesa.* <https://www.manuelsalguero.eu/blog/cuantos-camareros-por-mesa>
- Sánchez, L. (2011). *Evaluación de impacto ambiental.* <https://www.ucipfg.com/biblioteca/files/original/ca6586120bd6e95badd5a7d52742f0d2.pdf>
- Schlemenson, A. (2019). *Análisis Organizacional y Empresa Unipersonal.* schlemenson-cap-2.pdf (infed.edu.ar)
- Semana (2020). *Las 12 ayudas del Gobierno a las que podrán acceder los empresarios.* <https://www.semana.com/empresas/articulo/cuales-son-las-ayudas-del-gobierno-para-los-empresarios-en-colombia/307341/>

- Siigo. (1 de febrero de 2024). *Blog. Nuevos Topes para declarar renta.*  
<https://www.siigo.com/blog/nuevos-topes-para-declarar-renta/>
- Torres, M. (2019). *Análisis PESTEL.*  
[http://148.202.167.116:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/2973/An%  
c3%a1lisis%20PESTEL.PDF?sequence=1&isAllowed=y](http://148.202.167.116:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/2973/An%c3%a1lisis%20PESTEL.PDF?sequence=1&isAllowed=y)
- Universidad Autónoma del Estado de México. (2017). *Programa de Estudios por Competencias Desarrollo Empresarial.*  
[http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/70512/secme-  
15872\\_1.pdf?sequence=1](http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/70512/secme-15872_1.pdf?sequence=1)
- Vargas, A. (2017). *Investigación de mercados.*  
[https://digitk.areandina.edu.co/server/api/core/bitstreams/c0773681-e974-4f53-bae7-  
df4efc794e8d/content](https://digitk.areandina.edu.co/server/api/core/bitstreams/c0773681-e974-4f53-bae7-df4efc794e8d/content)
- WWF. (2024). *Estos serán los retos ambientales para Colombia en el 2024.*  
<https://www.wwf.org.co/?386213/retos-ambientales-de-Colombia-en-2024>
- XML a Excel. (s.f.). *Negociación con los Proveedores: Estrategias para Reducir Costos Operativos.* [https://xmlaexcel.com/negociacion-con-proveedores-estrategias-para-  
reducir-costos-operativos/](https://xmlaexcel.com/negociacion-con-proveedores-estrategias-para-reducir-costos-operativos/)