

**Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante que ofrezca opciones de comida
saludable a sus clientes en la ciudad de Ibagué**

Autores

Dayanna Valentina Saavedra Martínez

Rogelio Parra Quitian

Directora

Adriana Magaly Cifuentes Bustos

Facultad de Administración de Empresas

Trabajo de Grado

Noviembre 2023

Tabla de contenido

Agradecimientos	13
Resumen Ejecutivo	15
Introducción	17
1. Problema	19
1.1 Árbol del problema.....	19
1.2 Descripción del problema.....	19
1.3 Formulación o pregunta problema	21
2. Determinación de objetivos del proyecto.....	21
2.1 Objetivo general	22
2.2 Objetivos específicos.....	22
3. Justificación.....	22
4. Marco de referencia.....	25
4.1 Marco conceptual	25
4.1.2 Formulación de proyectos	25
4.1.3 Factibilidad.....	25
4.1.4 Demanda.....	25
4.1.5 Cliente potencial.....	26
4.1.6 Comercialización	26
4.1.7 Ventas	26
4.1.8 Distribución de planta.....	26
4.1.9 Financiamiento	27
4.1.10 Inversión	27
4.1.11 Estados Financieros	27

4.1.12 Comida saludable	28
5. Marco Legal	28
5.1 Licencias.....	28
5.2 Requisitos que deben cumplir los restaurantes	28
5.2.1 Buenas prácticas de manufactura	29
5.3 Legislación sobre el sector que incida en el proyecto.	30
6. Aspectos ecológicos o ambientales.....	33
6.1 Leyes de protección medioambiental.....	33
6.1.1 ISO 14001.....	33
6.1.2 Regulación sobre el consumo de energía y el reciclaje de residuos.....	35
7. Marco investigativo.....	39
8. Marco teórico	43
9. Metodología	51
9.1 Enfoque y alcance de la investigación	51
9.2 Cuadro resumen de objetivos	52
9.3 Descripción detallada del diseño metodológico desarrollado para el logro de los objetivos	53
10. Estudio de mercado.....	54
10.1 Identificación del bien o servicio	54
10.1.1 Diseño del producto.....	56
10.1.2 Logotipo	57
10.1.3 Eslogan	58
10.1.4 Presentación de los productos	58

10.2	El cliente.....	72
10.2.1	Segmentación del mercado.....	72
10.3	La demanda.....	74
10.3.1	Cálculo de la participación en el mercado.....	74
10.3.2	Cálculo de la demanda.....	76
10.4	La oferta.....	77
10.4.1	Matriz de perfil competitivo directo.....	77
10.5	El precio.....	82
10.5.1	Fórmulas para cálculo de precio.....	82
10.6	Proyección del IPC.....	97
10.6.1	Proyección de los precios del producto.....	97
10.7	La distribución.....	98
10.8	Estrategias de mercadeo - <i>Marketing mix</i>	99
10.9	Mercado de insumos o proveedores.....	101
10.10	Anexos.....	103
11	Estudio técnico.....	121
11.1	Tamaño del proyecto.....	121
11.1.2	Estimación del tamaño del proyecto.....	121
11.1.3	Capacidad.....	121
11.2	Localización del producto.....	122
11.2.2	Preselección de la macro localización.....	123
11.2.3	Métodos de evaluación de la macro localización.....	123
11.2.4	Macro localización.....	123

11.2.5	Preselección de los puntos de micro localización.....	125
11.2.6	Métodos de evaluación de la micro localización.....	125
11.2.7	Micro localización	126
11.3	Ingeniería del proyecto.....	127
11.3.2	El proceso del producto	127
11.3.3	Selección de tecnología, maquinaria y equipo	128
11.3.4	Selección de materia prima.....	133
11.3.5	Descripción del proceso de producción.....	137
11.3.6	Diagrama de proceso	139
11.3.7	Distribución de la planta.....	139
12	Estudio Organizacional	140
12.1	Filosofía Organizacional	140
12.1.2	Misión	140
12.1.3	Visión.....	141
12.1.4	Valores corporativos.....	141
12.1.5	Políticas institucionales	141
12.1.6	Objetivos corporativos.....	142
12.2	Estructura legal.....	143
12.2.2	Constitución y legalización de la organización	143
12.3	Estructura Administrativa.....	143
12.3.1	Diseñar el organigrama.....	143
12.4	Descripción de las funciones	144
12.4.1	Administración de personal	146

13. Reclutamiento y contratación	147
13.1 Bienestar laboral.....	148
14. Modulo Financiero.....	149
14.1 Proyección de ventas por mes	149
14.2 Presupuesto de ventas proyectado anualmente	152
14.3 Nomina.....	153
14.4 Presupuesto de maquinaria.....	154
14.5 Gastos	156
14.6 Plan de compras y servicios	157
14.6 Depreciación.....	165
14.7 Fuentes de financiación.....	166
14.8 Tabla de Amortización	167
14.9 Estados de situación financiera	171
14.9 Estado de resultados	171
14.10 Flujo de caja	172
14. 11 Equilibrio.....	174
14.12 Propuesta	175
Referencias.....	179

Tablas

Tabla 1. Hábitos de consumo saludable.....	48
Tabla 2. Cuadro resumen de objetivos.....	52
Tabla 3. Definición del producto	55
Tabla 4. Identificación de las bebidas.....	58
Tabla 5. Identificación de las entradas.....	58
Tabla 6. Identificación de los platos fuertes	59
Tabla 7. Identificación de las tortas	60
Tabla 8. Ficha técnica Jugos Combinados	60
Tabla 9. Ficha técnica Limonada Natural	61
Tabla 10. Ficha técnica te blanco con piña	62
Tabla 11. Ficha técnica Agua Cristal.....	63
Tabla 12. Ficha técnica Soda Bretaña.....	63
Tabla 13. Ficha técnica Café.....	64
Tabla 14. Ficha técnica Pollo a la mexicana.....	65
Tabla 15. Bowl Vegetariano	66
Tabla 16. Ficha técnica Spaguetti con Camarones	67
Tabla 17. Ficha técnica torta de banano con arándanos.....	69
Tabla 18. Ficha técnica torta de zanahoria y nuez	69
Tabla 19. Ficha técnica de Papas nuestra tierra	70
Tabla 20. Ficha técnica de Aperitap	71
Tabla 21. Segmentación del mercado.	72
Tabla 22. Aproximaciones de porcentaje de participación en el mercado	74
Tabla 23. Cálculo de la demanda.....	76
Tabla 24. Competidores directos	77
Tabla 25. Matriz competidor directo	78
Tabla 26. Competidores indirectos	79
Tabla 27. Matriz de perfil competitivo indirecto	81
Tabla 28. Costo de producción Jugos Combinados Sandia, Fresa, Limón.....	82
Tabla 29. Costo de producción Jugos Combinados Piña, Fresa, Limón.....	83

Tabla 30. Costo de producción Jugos Combinados Mango, Maracuyá, Limón	83
Tabla 31. Costo de producción Café.....	84
Tabla 32. Costos de producción agua cristal	84
Tabla 33. Costo de producción Soda Bretaña.....	85
Tabla 34. Costo de producción Limonada Natural	85
Tabla 35. Costo de producción Té Blanco con Piña.....	86
Tabla 36. Costos de producción Pollo a la Mexicana.....	87
Tabla 37. Costos de producción Bowl Vegetariano.....	87
Tabla 38. Costos de producción Spaguetti con Camarones.....	88
Tabla 39. Costos de producción res al horno.....	89
Tabla 40. Costo de producción para Escoger tu Bowl - Vegetales.....	90
Tabla 41. Costos de producción escoge tu bowl - base	90
Tabla 42. Costos de producción escoge tu bowl - proteína	91
Tabla 43. Costos de producción escoge tu bowl - toppings.....	91
Tabla 44. . Costos de producción escoge tu bowl - Aderezo.....	92
Tabla 45. Costos variables de producción escoge tu bowl	92
Tabla 46. Costos de producción Papas nuestra tierra	92
Tabla 47. Costos de producción Aperitap.....	93
Tabla 48. Costos de producción torta de banano con arándanos	94
Tabla 49. Costos de producción torta de zanahoria y nuez.....	95
Tabla 50. Presentación del producto con costos, margen y precio	96
Tabla 51. Proyección del IPC	97
Tabla 52. Proyección de los precios del producto	97
Tabla 53. Distribución de los productos	98
Tabla 54. Estrategias de marketing mix.....	99
Tabla 55. Mercado de insumos o proveedores.....	101
Tabla 56. Matriz perfil competitivo de los proveedores.....	101
Tabla 57. Estimación del proyecto.....	121
Tabla 58. Tamaño del proyecto	121
Tabla 59. Preselección de la macro localización	123
Tabla 60. Evaluación de la macro localización	123

Tabla 61. Preselección de los puntos de micro localización.....	125
Tabla 62. Evaluación de la micro localización	125
Tabla 63. Proceso del producto.....	127
Tabla 64. Selección de tecnología, maquinaria y equipo.....	128
Tabla 65. Selección de materia prima para bebidas.....	133
Tabla 66. Selección de materia prima para platos fuertes	134
Tabla 67. Selección de materia prima para entradas.....	136
Tabla 68. selección de materia prima para tortas.....	137
Tabla 69. Constitución y legalización de la organización	143
Tabla 70. Descripción de funciones.....	144
Tabla 71. Requisitos para ocupar los cargos y funciones específicas.....	146
Tabla 72. Reclutamiento y contratación	148
Tabla 73. Bienestar laboral	148
Tabla 74. Proyección de ventas por mes – bebidas	149
Tabla 75. Proyección ventas por mes – Tortas	150
Tabla 76. Proyección ventas por mes - Platos fuertes	151
Tabla 77. Proyección ventas por mes - Entradas	151
Tabla 78. Total, de crecimiento proyectado anualmente	152
Tabla 79. Presupuesto de ventas proyectado anualmente.....	153
Tabla 80. Nomina colaboradores Artisan Food	153
Tabla 81. Prestaciones sociales y aportes parafiscales	153
Tabla 82. Maquinaria y equipo 1520	154
Tabla 83. Equipo de oficina muebles y enceres.....	155
Tabla 84. Equipo de computación y comunicación	156
Tabla 85. Gastos administrativos.....	156
Tabla 86. Gastos de ventas.....	157
Tabla 87. Gastos operativos.....	157
Tabla 88. Productos no perecederos – bebidas	157
Tabla 89. Productos no perecederos tortas	158
Tabla 90. Productos no perecederos platos fuertes.....	159
Tabla 91. Productos no perecederos entradas	162

Tabla 92. Insumos de papelería	163
Tabla 93. Insumos de aseo	164
Tabla 94. Depreciación Lineal.....	165
Tabla 95. Depreciación acumulada.....	165
Tabla 96. Depreciación proyectada a 5 años	166
Tabla 97. Fuentes de financiación	167
Tabla 98. Amortización	167
Tabla 99. ESF Artisan Food	171
Tabla 100. Estado de resultados artisan food	171
Tabla 101. Flujo de caja.....	172
Tabla 102. Equilibrio- costos fijos.....	174
Tabla 103. Equilibrio - costos variables	175
Tabla 104. Presupuesto	175

Figuras

Figura 1. Árbol del problema.....	19
Figura 2. Nomenclatura de reciclaje	37
Figura 3. Proporción de comorbilidades asociadas a defunciones por COVID-19 total (confirmado + sospechoso).....	44
Figura 4. Comorbilidades asociadas a las defunciones por Covid 19, según sexo	45
Figura 5. Comorbilidades asociadas a las defunciones por covid 19, según edad del fallecido.....	45
Figura 6. Variación anual de los ingresos nominales agosto 2021	46
Figura 7. Menú Artisan Food.....	56
Figura 8. Logotipo Artisan Food	57
Figura 9. Edad de los encuestados	104
Figura 10. Género de los encuestados.....	104
Figura 11. estrato socioeconómico de los encuestados.....	105
Figura 12. ¿A qué comuna pertenece?.....	106
Figura 13. actividad económica de los encuestados	107
Figura 14. ¿Qué tan importante es para usted cuidar de su alimentación?.....	108
Figura 15. ¿Cuáles factores lo motivan a comer en restaurantes de comida saludable?	108
Figura 16. ¿Con qué frecuencia usted come fuera de casa en una semana promedio?.....	109
Figura 17. ¿Con qué frecuencia usted visitaría nuestro restaurante de comida saludable?	110
Figura 18. ¿Cuál es el factor más importante que influye en su elección de un restaurante?.....	111
Figura 19.¿Cuáles de los siguientes grupos de alimentos suele incluir en su plato la hora de almorzar?	112
Figura 20. ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por una comida en un restaurante de comida saludable?	112
Figura 21.¿Normalmente, que método de pago utiliza?	113
Figura 22.¿Qué tipo de decoración te atrae más en un restaurante de comida saludable?	114
Figura 23. ¿Tiene alguna restricción alimentaria o preferencia dietética?	115
Figura 24. ¿Cuáles son sus carbohidratos favoritos?	116
Figura 25. ¿Cuál son sus proteínas favoritas?.....	117
Figura 26.¿Cuáles son sus vegetales favoritos?.....	117

Figura 27. ¿Qué aderezo preferiría?.....	118
Figura 28.¿Cuáles son sus toppings favoritos?	118
Figura 29.¿Cómo suele enterarse de nuevos restaurantes?.....	119
Figura 30. ¿Qué tipo de promociones u ofertas lo atraen para visitar un restaurante nuevo?	119
Figura 31. Ubicaciones en el mapa del Tolima.....	124
Figura 32. Mapa de Ibagué	124
Figura 33.Puntos Micro localización	126
Figura 34. Mapa de Ibagué- ubicación calle 60.....	126
Figura 35.Diagrama del proceso	139
Figura 36. Distribución de la planta.....	140
Figura 37.Organigrama	143

Agradecimientos

A medida que cierro este capítulo académico culminando mi trabajo de grado, siento una profunda gratitud hacia quienes han sido fundamentales en mi camino. Mi viaje no ha estado exento de desafíos, pero también ha estado lleno de apoyo y guía de personas excepcionales que merecen mi más sincero reconocimiento.

En primer lugar, deseo expresar mi agradecimiento a Dios, quien ha sido mi fuente de inspiración y fortaleza en todo este proceso. Alcanzar la finalización de este trabajo de grado es la realización de un sueño anhelado.

En segundo lugar, quiero dedicar un reconocimiento especial a mi madre y hermano, quienes han sido mis pilares inquebrantables a lo largo de mi carrera universitaria. Su confianza en mis capacidades, han sido mi faro en los momentos más desafiantes.

Mi familia, especialmente a mis abuelos, por guiarme y acogerme en su hogar desde el inicio de este proceso de crecimiento personal y profesional.

De la misma manera quiero expresar mi gratitud a la Universidad Minuto de Dios y a su cuerpo docente en mi formación académica. Específicamente, deseo extender mi gratitud hacia nuestra directora, Adriana Magaly Cifuentes quien, gracias a su preparación y experiencia, se logró el desarrollo de este Trabajo de Grado

Dayanna Valentina Saavedra Martínez

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a quienes contribuyeron a esta tesis. Agradezco a mi directora por su guía, a mis compañeros por su apoyo inquebrantable y a mi familia por su constante inspiración. Este logro es resultado de un esfuerzo colectivo que ha tejido una red invaluable de aprendizaje.

¡Gracias a todos por ser parte esencial de este viaje académico y profesional!

Rogelio Parra Quitian

Resumen Ejecutivo

Este proyecto tiene como objetivo evaluar la factibilidad para la creación de un restaurante que ofrezca opciones de comida saludable en la ciudad de Ibagué, con el propósito de abordar las tendencias de estilo de vida saludable y generar un impacto económico local. Para llevar a cabo esta evaluación, se ha implementado la metodología de formulación de proyectos en tres fases distintas.

En la primera fase, se realizó un análisis metodológico e investigativo integral, complementado por un estudio de mercado que incorporó encuestas para analizar la demanda potencial del mercado, evaluar la competencia existente y definir el perfil del público objetivo. La segunda fase se centra en aspectos técnicos y financieros esenciales. Se evalúa la infraestructura necesaria, los procesos operativos y la viabilidad de implementar las actividades propuestas en el proyecto, para garantizar una ejecución eficiente y efectiva de las operaciones del restaurante. La tercera y última fase concluye con un análisis financiero que respalda la factibilidad del proyecto. Se destacan indicadores clave, como la TIR del 39,28%, una VAN de \$551.932.751 y un índice Costo/Beneficio de 1,1. Estos resultados refuerzan la viabilidad económica del proyecto.

Palabras clave: Proyecto, factibilidad, comida, saludable, tendencia, restaurante, encuesta, demanda.

Abstract

This project aims to assess the feasibility of creating a restaurant that offers healthy food options in the city of Ibagué, with the purpose of addressing healthy lifestyle trends and generating a local economic impact. To carry out this evaluation, the project has implemented the project formulation methodology in three distinct phases.

In the first phase, a comprehensive methodological and investigative analysis was conducted, complemented by a market study that included surveys to analyze the potential market demand, assess existing competition, and define the profile of the target audience. The second phase focuses on essential technical and financial aspects. It evaluates the necessary infrastructure, operational processes, and the feasibility of implementing the proposed activities in the project to ensure an efficient and effective execution of the restaurant's operations. The third and final phase concludes with a financial analysis that supports the project's feasibility. Key indicators, such as a 39.28% Internal Rate of Return (IRR), a Net Present Value (NPV) of \$551,932,751, and a Cost/Benefit ratio of 1.1, are highlighted. These results reinforce the economic viability of the project.

Keywords: Project, feasibility, food, healthy, trend, restaurant, survey, demand.

Introducción

Colombia está experimentando una transformación notoria en sus hábitos de consumo, un cambio hacia un estilo de vida más saludable que ha tomado impulso a raíz de la pandemia de COVID-19. Este fenómeno se ha vuelto aún más evidente en las generaciones más jóvenes, quienes han adquirido una mayor conciencia sobre la importancia de la salud y el bienestar integral en sus vidas. En este contexto, muchas personas han decidido modificar sus hábitos cotidianos, priorizando una alimentación saludable que les permite prevenir enfermedades a corto y largo plazo, así como mejorar su calidad de vida y su bienestar físico y mental.

Sin embargo, la necesidad de este cambio es aún más apremiante si observamos las estadísticas actuales. Según el informe más reciente titulado "Panorama de la seguridad alimentaria y nutricional" de la Organización de las Naciones Unidas, en Colombia, un notorio 56% de la población entre 18 a 64 años se encuentran en situación de sobrepeso u obesidad. Además, datos de la Andi junto a Raddar en 2022 revelan que, en 2019, el 10,23% de las muertes prematuras en el país se atribuyeron a esta condición. Estos números, lejos de ser solo cifras, representan una crisis de salud pública que requiere una respuesta inmediata y efectiva.

Frente a esta realidad, la tendencia hacia una alimentación más saludable ha ganado una popularidad significativa en Colombia. Los consumidores están haciendo un esfuerzo consciente para reducir su consumo de alimentos con alto contenido calórico, grasas y azúcares, y en su lugar, buscan alternativas naturales y nutritivas que fomenten un bienestar general.

El cambio en los hábitos de consumo se convierte en el punto de partida para la conceptualización del presente estudio de factibilidad, orientado a la creación de un restaurante saludable. Este proyecto se enmarca dentro de la Línea 3 de Innovaciones Sociales y Productivas del Sistema de Investigación de UNIMINUTO, específicamente con su Sublínea 3:

Emprendimiento y Empresarismo. La iniciativa de investigación se centra directamente en la generación de emprendimientos empresariales con un enfoque tanto social como productivo, aprovechando la creciente demanda de opciones alimenticias saludables en la sociedad colombiana.

Es en este contexto la idea de crear un restaurante especializado en ofrecer un menú equilibrado, que brinde los nutrientes necesarios para el óptimo funcionamiento del organismo, cobra una relevancia aún mayor. Este enfoque no solo es oportuno sino también esencial. Se busca aprovechar la oportunidad surgida de la creciente tendencia hacia la alimentación saludable, ofreciendo a los clientes una experiencia gastronómica que sea tanto sabrosa como saludable.

El proyecto inicio con una investigación de mercado cuantitativa que permitió abordar objetivos específicos, identificar las características, gustos, intereses y preferencias de los consumidores, y evaluar la aceptación de la idea de negocio, proyectando una demanda estimada. Se llevó a cabo un análisis minucioso que determinó diversas variables clave del negocio, desde el precio y los procesos comerciales hasta los aspectos operativos. Se realizó una investigación técnica profunda para identificar los recursos principales de materia prima e insumos, así como los procesos necesarios para llevar a cabo las operaciones del restaurante.

Con una visión general, se definió la estructura organizacional necesaria para el proyecto, estableciendo roles y responsabilidades que aseguraran el éxito y la eficiencia. Además, se elaboró un análisis financiero detallado que permitió calcular la inversión inicial, los costos de operación y el punto de equilibrio. Estos datos esenciales nos han brindado una clara comprensión del mínimo de ventas que el restaurante debe generar para obtener ganancias.

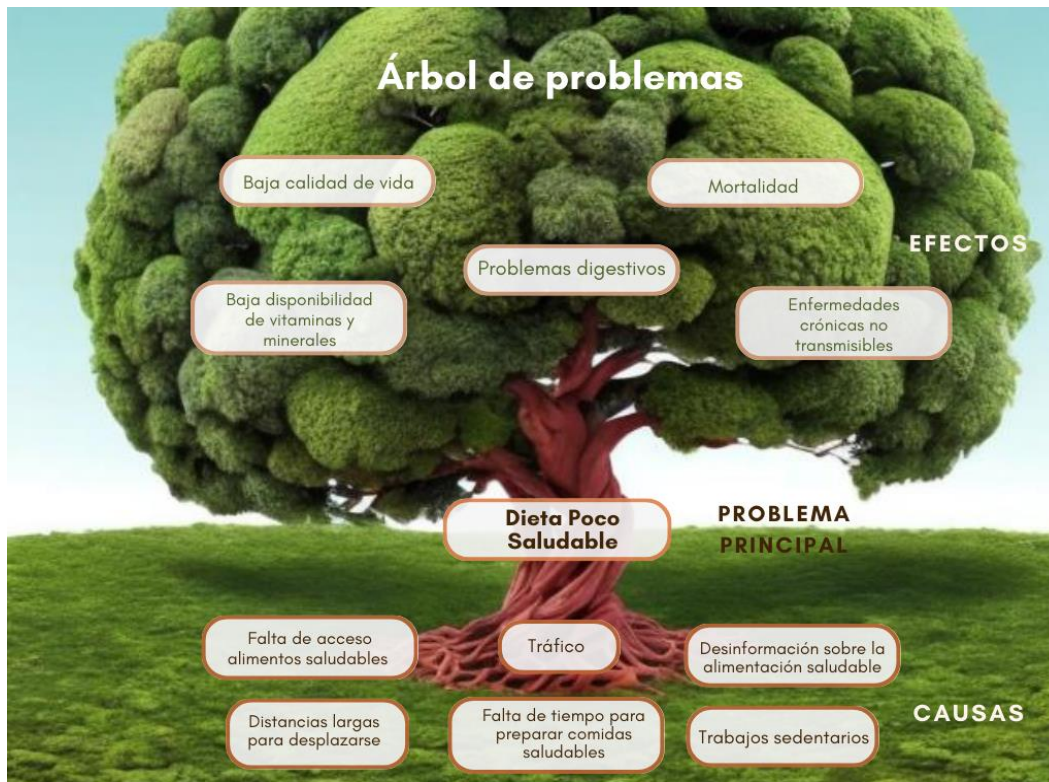
Finalmente, se demostró la viabilidad del plan de negocio mediante cálculos rigurosos, incluyendo el Periodo de recuperación de la inversión, la Tasa Interna de Retorno (TIR) y la

relación costo-beneficio. Todo esto respalda nuestra convicción de que este proyecto no solo responde de manera inteligente a las tendencias de salud, sino que también se enfoca en la sostenibilidad y el éxito a largo plazo, con la ambición de no solo influir en los hábitos de consumo, sino de cambiar vidas para mejor.

1. Problema

1.1 Árbol del problema

FIGURA 1. ÁRBOL DEL PROBLEMA



Nota: Elaboración propia

1.2 Descripción del problema

“En el mundo mueren 57 millones de personas al año según la Organización Mundial de la Salud [...]” (Iglesias Cernuda, 2019), el aumento de las enfermedades crónicas no transmisibles es el responsable de las dos terceras partes de estas muertes y del 46% de la morbilidad global.

Por consiguiente, muchas de las causas actuales de mortalidad están íntimamente asociadas a los factores de riesgo identificados por la Organización Mundial de la Salud; algunos de ellos son la alimentación desequilibrada, la obesidad, el sedentarismo, el consumo de alcohol y el tabaquismo, dicho de otra manera, de estos factores identificados, todos se encuentran estrechamente relacionados con la alimentación y el ejercicio físico.

Por otro lado, un estudio realizado por la Vicepresidencia de la Salud de la Nueva Eps (2019), demostró la alta población en condiciones de sobrepeso en el departamento del Tolima; los datos arrojaron un crecimiento de 78.132 personas, de las cuales 46.157 se presentan en mujeres y 31.975 en hombres, esta tendencia se da en todo el territorio nacional ubicando al departamento en el séptimo lugar como una de las regiones que presenta mayores números de casos, concentrando un 6,1% del total a nivel país.

La causa fundamental del sobrepeso es un desequilibrio energético entre las calorías consumidas y gastadas, según la Organización Mundial de la Salud, los cambios en los hábitos alimentarios y el descenso de la actividad física son consecuencia de los trabajos sedentarios de oficina, las largas distancias a recorrer en zonas cada vez más urbanizadas, la alta congestión vehicular, las dietas poco saludables y la falta de tiempo para realizar actividades domésticas como la preparación de comidas en casa con alimentos frescos y saludables.

Según la Organización Mundial de la Salud las enfermedades no transmisibles amenazan el avance hacia el cumplimiento de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible, La Agenda 2030 incluye el objetivo de reducir en un tercio la probabilidad de muerte por cualquiera de las cuatro

principales ENT (cánceres, enfermedades cardiovasculares, diabetes y obesidad) entre la población de 30 a los 70 años de edad para 2030. (Organización mundial de la salud, 2023).

La comida saludable es aquella que aporta los nutrientes necesarios para el buen funcionamiento del organismo, manteniendo o mejorando la salud. Se basa en alimentos frescos, naturales y de temporada, y debe ser equilibrada, es decir, incluir una variedad de alimentos de todos los grupos nutricionales.

Por ello, es importante promover la alimentación saludable, la cual no se debe confundir con una oferta vegetariana, fitness o algo similar. Un restaurante que ofrezca opciones de comida saludable puede contribuir a este objetivo, asegurando opciones nutritivas a los consumidores, respetando los tiempos y procesos de elaboración para conservar el verdadero sabor de cada ingrediente, promoviendo una alimentación equilibrada, a base de productos nutritivos con altos niveles de antioxidantes y minerales, reduciendo así el contenido de grasas, azúcares y alimentos procesados, y fomentando el consumo de verduras, legumbres y cereales integrales. La poca oferta de restaurantes de este tipo en la ciudad de Ibagué es un factor que podría favorecer el éxito de este negocio.

1.3 Formulación o pregunta problema

¿Es factible la creación de un restaurante que ofrezca opciones de comida saludable a sus clientes en la ciudad de Ibagué?

2. Determinación de objetivos del proyecto

2.1 Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante que ofrezca opciones de alimentación saludable a sus clientes en la ciudad de Ibagué.

2.2 Objetivos específicos

- ✓ Desarrollar un estudio de mercado orientado a conocer competidores, intereses, ofertas y demandas, para la creación de un restaurante que ofrezca opciones de comida saludable en la ciudad de Ibagué.
- ✓ Formular un estudio técnico que permita determinar la localización óptima del proyecto, el costo de los suministros e insumos.
- ✓ Realizar un estudio organizacional que permita establecer la misión, visión, objetivos organizacionales y la estructura administrativa de la empresa.
- ✓ Demostrar la factibilidad del proyecto mediante el análisis financiero.

3. Justificación.

Según el informe de Ices (2021), actualmente una cantidad importante de la población consume con regularidad alimentos fuera de casa. De hecho, hay cifras que revelan que en países como en Estados Unidos el 70% de los jóvenes entre 18 a 26 años visitan un restaurante al menos 1 vez a la semana, en comparación a el 67% de los adultos entre 39 a 54 años que los visitan 2 veces a la semana y el 50% de los adultos mayores entre 56 a 73 años que los visitan más de 2 veces a la semana, en contraposición con Chile, un 11,5% de las habitantes entre 30 a 60 años consumen alimentos fuera de casa y en Colombia un 14,19% de los ciudadanos entre los 25 a 40 años (Ices, 2021).

Por otro lado, en enero del año 2021, los restaurantes en Colombia tuvieron una caída del 0,7% en el gasto en volúmenes, causando una disminución en su participación dentro de la canasta, sin embargo esta industria continuó abarcando más del 70% del gasto total en comidas fuera del hogar (Andi con Raddar, 2022); el cual tuvo impacto económico, pues la industria de los servicios de alimentación en el año 2021 incrementaron el 93,9% en sus ingresos frente al año 2020, y obtuvieron un aumento del 23,5% en sus salarios con cifras anuales de \$1.500 millones según informes del DANE (DANE, 2021).

Por otra parte, un estudio realizado por Nielsen en 2019, tras efectos post pandemia, estableció que: “los consumidores han comenzado a buscar opciones saludables que ayuden a que sus dietas sean menos agresivas con sus cuerpos, tratando de mejorar su estilo de vida”. En dicho estudio se identificó que el 80% de los colombianos seleccionan alimentos que los ayuden a prevenir enfermedades, considerando esta cifra como una respuesta a los altos índices de obesidad que se han presentado. Según Gaitán y Bermúdez (2019) los consumidores buscan en los alimentos no solo que le ayuden a su salud, sino que también sean inocuos y llenen sus expectativas agradables al paladar.

En el artículo científico “Bases científicas de una alimentación saludable” (Bellido, D. 2006), dice que la alimentación equilibrada es aquella que permite el crecimiento y el desarrollo del niño, el mantenimiento de la salud, la actividad y la creatividad del adulto y la supervivencia y confort en el anciano. No obstante, el término saludable se relaciona con una alimentación que favorece y posibilita el buen estado de salud y disminuye el riesgo de las enfermedades crónicas.

Por tanto, la alimentación saludable debe reunir las siguientes características:

- ✓ Ser variada: No existe ningún alimento que contenga todos los nutrientes esenciales, de ahí la necesidad de un aporte diario y variado de todos los grupos de alimento.
- ✓ Ser equilibrada y adecuada: Calidad de nutrientes y cantidad suficientes para mantener el equilibrio del organismo.
- ✓ Ser saludable: La alimentación sana incluye los conceptos de variedad, equilibrio y adecuación junto con las características de un estilo de vida saludable.

De acuerdo a una encuesta mensual que realiza la Andi junto a Raddar en el año 2022 sobre el comportamiento del gasto de alimentos, el 43% de los encuestados dijo consumir verduras de 1 a 3 veces por semana, el 12% dijo consumir proteínas de 1 a 3 veces por semana, la mitad aseguró consumir 5 veces por semana carbohidratos y el 42% de los encuestados consumen lácteos y derivados de 1 a 3 veces por semana (Forbes, 2023).

Un estudio realizado por la empresa Upfield en España demuestra que, 2000 personas manifiestan un incremento en el consumo de frutas en un 66%, de vegetales un 59% y en productos frescos un 49% como principal razón la preocupación por la salud. (Mapfre, 2020).

Ante estas tendencias, se resalta la importancia de realizar un estudio de factibilidad que considere las preferencias de consumo de alimentos saludables, orgánicos y nutritivos, así como el estado económico del sector. La resiliencia económica de la industria de restaurantes en Colombia y la creciente preferencia por alimentos saludables post-pandemia subrayan la necesidad de adaptarse a estas tendencias emergentes. En este contexto, el estudio de factibilidad no solo evalúa la viabilidad de un restaurante de comida saludable, sino que también sirve como guía estratégica para satisfacer las demandas cambiantes de los consumidores y capitalizar las oportunidades de crecimiento en el sector alimenticio.

4. Marco de referencia

4.1 Marco conceptual

4.1.2 Formulación de proyectos

Es la base fundamental del proyecto a realizar por el equipo, ya que hace referencia a la preparación del proyecto en términos claros y precisos para su evaluación posterior, donde se recopila la información necesaria para llevar a cabo una inversión o utilización de recursos con el fin de obtener un consumo o incremento de bienes y/o servicios. El análisis de estos proyectos no solo puede ser desde el punto de vista económico, sino también técnico, financiero, administrativo e institucional (Mondragón, Diana. 2017).

4.1.3 Factibilidad

Es el estudio de la oportunidad de cada una de las partes para emprender un negocio; “tiene como objetivo comprobar si en un proyecto existen soluciones que cumplan las metas definidas en el planteamiento inicial y determinar que son viables física, legal, social, económica y financieramente” (estudio de viabilidad, 2016). Dicho lo anterior, los aspectos esenciales mencionados, son la clave para definir si es factible llevar a cabo o no la idea de negocio, junto con los datos pertinentes del sector.

4.1.4 Demanda

El diccionario de Marketing de Cultura S.A, define la demanda como “El valor global que expresa la intención de compra de una colectividad, la curva de demanda indica las cantidades de un cierto producto que los individuos están dispuestos a comprar en función de su precio y sus rentas”, por otro lado, Laura Fisher, autora del libro Mercadotecnia la define como "las cantidades

de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado".

4.1.5 Cliente potencial

De acuerdo a lo anterior, los clientes potenciales son los que impulsan el correcto desarrollo de la producción o funcionamiento del restaurante, dado que es el segmento más amplio y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios.

4.1.6 Comercialización

Es la entrada eficaz de un bien o servicio a los clientes, en el caso de los restaurantes son todas las actividades que se desarrollan para lograr que un producto esté disponible para su consumo. La comercialización tiene como finalidad crear lealtad a sus clientes y satisfacer sus necesidades mejor que sus competidores para que estos sigan regresando y se sientan tan contentos que recomienden el negocio y presenten sus bienes y servicios a otros. (Organización internacional del trabajo, 2016).

4.1.7 Ventas

Las ventas son la supervivencia de las empresas, profesionales independientes y personas que se dedican a este tipo de actividad, dado que en la economía y en la forma de comercialización de los bienes y servicios, las ventas son una constante indispensable y definitiva para alcanzar el éxito (Ramos, Susana. 2017)

4.1.8 Distribución de planta

“Una distribución en planta puede aplicarse en una instalación ya existente o en una en proyección. Una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo

aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores” (Rodríguez, Bao y Cárdenas, 2014).

4.1.9 Financiamiento

Una empresa está financiada cuando ha pedido capital en préstamo para cubrir cualquier tipo de necesidad económica; Puesto que el dinero es una relación social que constituye una deuda a la que se le asigna un valor, determinado por la demanda y por tanto es endógeno y no neutral. Así, el dinero es un símbolo que puede relacionarse indirectamente con una mercancía sin operar como tal”. (Parguez y Seccareccia, 2000; Wray, 2010).

4.1.10 Inversión

“Es un proceso por el cual un sujeto decide vincular recursos financieros líquidos a cambio de obtener beneficios económicos, a la hora de realizar este proceso se debe contemplar tres variables: el rendimiento que se espera, el riesgo que se acepta y el tiempo de espera a corto, mediano o largo plazo en el que se ofrece las ganancias.” (Blas, 2004).

4.1.11 Estados Financieros

Son reportes que representan el producto terminado del proceso contable y son los documentos por medio de los cuales se presenta la información financiera. Es decir, son la representación estructurada de la situación y evolución financiera de una entidad a una fecha determinada o por un periodo determinado. Su objetivo general es proveer información cuantitativa, expresada en unidades monetarias, de una entidad acerca de su posición y operación financiera, del resultado de sus operaciones y de los cambios en su capital contable y en sus recursos o fuentes, que son útiles al usuario general en el proceso de toma de decisiones económicas. (Unidad 2, los estados financieros, página 16).

4.1.12 Comida saludable

Es aquella que proporciona los nutrientes que el cuerpo necesita para mantener el buen funcionamiento del organismo, conservar o restablecer la salud, minimizar el riesgo de enfermedades, garantizar la reproducción, gestación y lactancia [...] (Ministerio de salud y protección social, 2018). Dicho de otra manera, es llevar una dieta balanceada y rica en frutas, verduras, cereales integrales, legumbres, leches, carnes, pescados y aceite vegetal.

5. Marco Legal

5.1 Licencias.

Los restaurantes son establecimientos dedicados a la preparación y consumo de alimentos. Se encuentran regulados por:

- ✓ La Ley 09 de 1979 Código Sanitario Nacional
- ✓ Resolución 2674 de 2013,

5.2 Requisitos que deben cumplir los restaurantes

Documentación

En el establecimiento siempre deberán estar disponibles los siguientes documentos:

- ✓ Plan de Saneamiento
- ✓ Incluye programas de limpieza y desinfección, manejo de desechos sólidos y control integrado de plagas.
- ✓ Plan de Capacitación Continuo y Permanente
- ✓ Debe contener metodología, duración, docentes, cronograma y temas.

- ✓ Certificación médica del personal que trabaja en el establecimiento
- ✓ En esta certificación debe constar su aptitud o no para manipular alimentos.
- ✓ Condiciones del establecimiento

5.2.1 Buenas prácticas de manufactura

- ✓ Pisos contruidos en material sanitario no poroso ni absorbente, de fácil lavado y desinfección.
- ✓ Paredes continuas y de tonos claros, con materiales resistentes, impermeables y no porosos.
- ✓ Techos diseñados de manera que eviten la acumulación de suciedad, la condensación y la formación de hongos.
- ✓ Recipientes con tapa para almacenamiento de residuos en suficiente cantidad.
- ✓ Suministro permanente de agua potable y conexión a alcantarillado.
- ✓ Equipos y utensilios.
- ✓ Los restaurantes deben disponer de suficiente cantidad de equipos y utensilios, en buenas condiciones de mantenimiento, fabricados con materiales sanitarios que no contaminen los alimentos, que no sean porosos ni absorbentes; con acabado liso y sin grietas, defectos ni otras irregularidades.
- ✓ Personal Manipulador
- ✓ Debe contar con certificación médica, en la cual conste su aptitud o no para manipular alimentos.
- ✓ Debe seguir el procedimiento de higiene de manos conforme con la norma.
- ✓ Debe ejecutar procedimientos de limpieza y desinfección según el plan de saneamiento (áreas, superficies, herramientas y equipos de trabajo).

- ✓ Debe utilizar uniforme completo de color claro.
- ✓ Debe tomar las medidas necesarias para que los alimentos no se contaminen. Ejemplos: no manipular dinero, no manipular alimentos sin uso de guantes, usar tapabocas de forma apropiada, aplicar permanentemente las buenas prácticas de manufactura (BPM).
- ✓ Materias primas e insumos
- ✓ Se deberá verificar el estado de todos los productos que ingresan al establecimiento. Luego deben ser sometidos a lavado con agua potable antes de su preparación.
- ✓ El almacenamiento de los productos debe realizarse según las condiciones de temperatura requeridas para su conservación (ambiente, refrigeración, congelación). Así mismo, se debe garantizar la rotación de los productos.
- ✓ Licencias laborales vigentes en Colombia
- ✓ Licencia de maternidad.
- ✓ Licencia de paternidad.
- ✓ Licencia para el ejercicio de sufragio.
- ✓ Licencia para el desempeño de cargos oficiales de forzosa aceptación.
- ✓ Licencia por grave calamidad.
- ✓ Licencia por luto.

5.3 Legislación sobre el sector que incida en el proyecto.

Según las normas vigentes, cualquier persona o empresa que quiera tener abierto al público un establecimiento de comercio en cualquier parte de Colombia, tiene que cumplir en ese caso con 7 requisitos básicos.

Requisitos básicos

- ✓ Cumplir con todas las normas referentes al uso del suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación y destinación expedidos por la entidad competente del respectivo municipio.
La ubicación de los tipos de establecimientos será determinada dentro del POT, expedido por los respectivos concejos municipales, teniendo en cuenta que en ningún caso podrán desarrollarse actividades cuyo objeto sea ilícito de conformidad con las leyes
- ✓ Cumplir con las condiciones sanitarias y ambientales según el caso descritas por la ley 9 de 1979 y demás normas vigentes sobre la materia.
- ✓ Cumplir con las normas vigentes en materia de seguridad.
- ✓ Cancelar los derechos de autor previstos en la Ley 23 de 1982 y demás normas complementarias, si en el establecimiento se ejecutarán obras musicales causantes de dichos pagos. Al respecto, téngase en cuenta que el artículo 84 de la Ley 962 de julio de 2005 modificó el artículo 164 de la Ley 23 de 1982, y desde esa fecha no se considera ejecución pública, para los efectos de dicha ley, la que se realice con fines estrictamente educativos, dentro del recinto e instalaciones de los institutos de educación, siempre que no se cobre suma alguna, por el derecho de entrada y la que realicen con fines estrictamente personales los comerciantes detallistas que no obtengan ningún beneficio económico por dicha ejecución, los cuales serán categorizados por el Ministerio del Interior.
- ✓ Obtener y mantener vigente la matrícula mercantil, tratándose de establecimientos de comercio.
- ✓ Comunicar en las respectivas oficinas de planeación o. quien haga sus veces de la entidad territorial correspondiente, la apertura del establecimiento. Esto se debe hacer dentro de

los 15 días siguientes a la apertura del mismo. Esta notificación se puede hacer por medios virtuales (ver artículo 4 del Decreto 1879 de 2008).

- ✓ Cancelar los impuestos de carácter distrital y municipal

Leyes sobre el empleo.

- ✓ Ley 1429 de 2010: La presente ley tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse.
- ✓ Ley 1780 de 2016: La presente ley tiene por objeto promover el empleo y el emprendimiento juvenil, se generan medidas para superar barreras de acceso al mercado de trabajo y se dictan otras disposiciones sentando las bases institucionales para el diseño y ejecución de políticas de empleo, emprendimiento y la creación de nuevas empresas jóvenes.
- ✓ Leyes de salud y seguridad laboral.
- ✓ El sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo se concibe como el desarrollo de un proceso lógico y por etapas basado en la mejora continua, con el objetivo de anticipar, reconocer, evaluar y controlar los riesgos que puedan afectar a los trabajadores. Según el marco normativo de la alcaldía municipal de Ibagué las leyes que rigen la SG-SST son:
- ✓ Ley 1562 de 2012 Por la cual se modifica el Sistema de Riesgos Laborales y se dictan otras disposiciones en materia de Salud Ocupacional.

- ✓ El artículo 11 numeral 22 de la resolución 1016 del 31 de marzo de 1989, donde dice que es un deber de los trabajadores elaborar el reglamento de higiene y seguridad industrial.
- ✓ El artículo 84 del título 3 de la ley 9 de 1979, donde dicta las medidas sanitarias y establece que todos los empleadores están obligados a proporcionar y mantener un ambiente de trabajo en adecuadas condiciones de higiene y seguridad.
- ✓ El artículo 88 de la anterior ley, donde estipula que toda persona que entré a cualquier lugar de trabajo deberá cumplir las normas de higiene y seguridad establecidas por la mencionada ley y el reglamento de medicina higiene y seguridad de la empresa respectiva.
- ✓ El decreto 614 de 1984 por el cual se determinan las bases para la organización y la administración del sistema general de riesgos profesionales en su artículo 25 obliga a las empresas con 10 o más trabajadores a conformar el comité paritario de medicina, higiene y seguridad industrial.
- ✓ Decreto 1832 de 1994 que explica cómo se adopta la tabla de Enfermedades Profesionales
- ✓ La resolución 652 de 2012 que establece la conformación y funcionamiento del Comité de Convivencia Laboral en entidades públicas y empresas privadas y se dictan otras disposiciones. Asimismo, establece los Comités de Convivencia Laboral.

6. Aspectos ecológicos o ambientales

6.1 Leyes de protección medioambiental.

6.1.1 ISO 14001

La norma ISO 14001, que es la herramienta de gestión ambiental más ampliamente reconocida en todo el mundo, desempeña un papel fundamental en la acreditación de hoteles y restaurantes que desean demostrar su cumplimiento con los rigurosos requisitos establecidos por dicha norma. A través de la implementación de un Sistema de Gestión Ambiental, estas empresas se esfuerzan por prevenir, mitigar y controlar los impactos ambientales, empleando los recursos necesarios para lograrlo. Sin embargo, es crucial que este compromiso se mantenga en equilibrio con las consideraciones socioeconómicas, con el fin de fomentar la mejora continua.

En la versión más reciente de la ISO 14001, publicada en 2015, el cumplimiento de la legislación ambiental se erige como uno de los pilares esenciales que todo Sistema de Gestión Ambiental debe satisfacer para obtener la certificación. Los puntos clave que requieren explícitamente el control de los requisitos legales son los siguientes:

- ✓ La norma ISO 14001, en su apartado 6.1.3 "Requisitos legales y otros requisitos", establece la obligación de disponer de un registro actualizado de los requisitos legales y otros requisitos relacionados con los aspectos ambientales. Esta norma abarca una amplia gama de sectores, incluyendo aguas, residuos y emisiones de instalaciones, lo que implica la necesidad de contar con una sólida base de datos que identifique de manera clara la normativa aplicable y sus correspondientes requisitos legales.
- ✓ La ISO 14001 (2015), en el apartado 9.1.2 "Evaluación del cumplimiento", especifica la necesidad de establecer, implementar y mantener procesos que permitan evaluar el cumplimiento legal. Esto implica definir la frecuencia con la que se llevará a cabo esta evaluación y emprender las acciones requeridas para garantizar el cumplimiento de la normativa legal.

En el ámbito de la hospitalidad, que abarca desde hoteles hasta restaurantes, la gestión eficaz de los recursos ambientales emerge como una prioridad obligatoria. Para lograr una mitigación efectiva de estos efectos, se requiere no solo una administración competente, sino también un control minucioso y el estricto acatamiento de la normativa ambiental vigente.

La obtención de la aspirada certificación ISO 14001 conlleva una serie de beneficios considerables en términos de incremento en las ventas e ingresos para los negocios de hospitalidad. Esto se debe, en gran medida, a la optimización de los recursos energéticos y hídricos, a la gestión controlada de los consumos y a la reducción de la generación de residuos. Este certificado garantiza la identificación y reducción de los impactos ambientales asociados al sector de la hostelería. Todo esto se logra a través de la aplicación de metodologías y procedimientos diseñados específicamente para mejorar los procesos y, lo que es aún más esencial, elevar la satisfacción de los clientes.

Es importante subrayar que cualquier empresa que opere en el sector de la hospitalidad, ya sea una cafetería, un servicio de catering, un restaurante independiente o una destacada cadena hotelera, tiene la oportunidad de obtener la certificación ISO 14001. Aquellos negocios que han conseguido este distintivo suelen disfrutar de una mejora significativa en la percepción que tienen sus clientes en comparación con aquellos que aún no lo han obtenido. En definitiva, la adopción de prácticas responsables en el ámbito ambiental no solo es un compromiso necesario, sino también una estrategia inteligente para el éxito sostenible en la industria de la hospitalidad.

6.1.2 Regulación sobre el consumo de energía y el reciclaje de residuos

La gestión apropiada de los residuos en restaurantes adquiere una importancia crítica, dado que estos desechos, con su alto contenido orgánico, poseen el potencial de albergar una

amplia variedad de microorganismos y, en casos extremos, incluso atraer plagas. La acumulación de desperdicios en establecimientos de comida puede dar lugar a un grave problema sanitario de primer orden.

Cuando se trata de manejar los residuos alimentarios de manera segura, es esencial considerar tres factores fundamentales: los materiales utilizados, la ubicación de las instalaciones y su diseño apropiado.

Los restaurantes y bares generan una diversidad de residuos que incluyen componentes orgánicos, plásticos, vidrios e incluso productos químicos. Algunos de estos desechos son reciclables y se pueden depositar en contenedores comunes para su posterior reciclaje, siempre y cuando se realice una clasificación adecuada.

- ✓ Contenedor verde: Destinado a cristales y vidrios.
- ✓ Contenedor azul: Reservado para envases y materiales de cartón y papel.
- ✓ Contenedor amarillo: Designado para envases y materiales de plástico, así como latas de conserva y bebidas.
- ✓ Contenedor gris/marrón: Destinado exclusivamente a los residuos orgánicos.

FIGURA 2. NOMENCLATURA DE RECICLAJE



Nota: Basada en información de páginas de internet

Continuando, es esencial destacar una categoría específica que requiere un tratamiento especial: los "residuos grasos". Este tipo de desechos incluye aceites de freidoras y diversas grasas de origen animal y vegetal relacionadas con la preparación, cocción y consumo de alimentos. Para reciclar adecuadamente estos residuos grasos, es imperativo contar con la intervención de una empresa profesional autorizada, ya que su manipulación inadecuada puede tener consecuencias perjudiciales.

El reciclaje de estos residuos grasos, como el aceite usado, es una obligación debido a su alto potencial contaminante. Se estima que tan solo un litro de aceite puede llegar a contaminar hasta mil litros de agua. Tras su tratamiento adecuado, estos residuos grasos se utilizan en la producción de biocarburantes, jabones y otros productos de la industria química, como ceras y barnices, entre otros.

Este proceso de reciclaje de aceite y la gestión de residuos en restaurantes en general están en línea con una serie de regulaciones y políticas ambientales, incluyendo:

- ✓ La Ley 22/2011, de 28 de julio, de residuos y suelos contaminados.

- ✓ El Plan Nacional Integrado de Residuos (PNIR).
- ✓ Las recomendaciones de la Estrategia Temática sobre el Uso Sostenible de Recursos Naturales de la Unión Europea.
- ✓ La Política Energética Europea, que fomenta la producción de energías renovables a través de la elaboración de biocombustibles.

La gestión de los residuos en restaurantes debe ser una prioridad, al igual que la higiene de los espacios de almacenamiento y preparación de alimentos. Una estrategia eficaz implica el aislamiento de los residuos desde su generación hasta su eliminación. En este sentido, se recomienda la instalación de recipientes con cierre hermético y accionamiento no manual en las áreas de la cocina donde se manipulan restos de alimentos.

La ubicación de los contenedores de basura también es crucial, y deben estar fabricados con materiales resistentes y tener capacidad suficiente. Estos contenedores deben situarse en áreas específicas que sean fáciles de limpiar y desinfectar, y deben estar completamente aislados de las zonas de circulación y almacenamiento de alimentos. Además, es aconsejable que estas áreas dispongan de toma de agua, sumideros de rejilla, pavimentos con pocas juntas, medias cañas en las paredes y cierres herméticos para evitar la entrada de insectos y roedores.

Por último, la evacuación de los residuos debe ser continua para prevenir su acumulación. Los residuos deben ser transportados hacia el exterior por una vía que no represente ningún riesgo de contaminación para las personas, los materiales, los equipos o los alimentos.

Además de estas medidas fundamentales, se pueden implementar otras prácticas para mejorar aún más la gestión de residuos en los restaurantes, como retirar la basura de las cocinas, instalar recipientes y cubos de basura anti goteo, realizar una limpieza exhaustiva y regular de los

contenedores y, en la medida de lo posible, evitar la generación excesiva de residuos en la cocina del restaurante.

7. Marco investigativo

La formulación y evaluación de proyectos de factibilidad comercial, técnica, financiera, organizacional y legal para la creación de restaurantes de comida saludable ha sido un tema de investigación y de gran importancia, ya que facilita conocer de forma más detallada la relación entre el costo y el beneficio, permitiendo de esta manera determinar si es factible o no invertir en estos tipos de proyectos, es por esta razón, que se realizará una investigación exploratoria que tendrá como finalidad identificar y conocer las características de los restaurantes saludables.

En los últimos años, el consumo de alimentos fuera de casa ha aumentado considerablemente en todo el mundo, incluyendo Colombia. Este aumento se debe a varios factores entre los que se destacan: El aumento de la población urbana, que tiene menos tiempo para cocinar en casa, el auge de la cultura gastronómica, que ha impulsado la aparición de nuevos restaurantes y opciones culinarias, y el aumento de la preocupación por la salud, que ha llevado a los consumidores a buscar alternativas más saludables fuera de casa.

Por otro lado, el creciente interés de los consumidores por una alimentación saludable ha abierto una oportunidad para el desarrollo de nuevos negocios en el sector gastronómico, lo que favorece que los restaurantes que ofrezcan opciones saludables, orgánicas y nutritivas tengan una ventaja competitiva en el mercado.

A continuación se hará referencia a los antecedentes que se van a exponer y que estarán configurados en tres bloques; en primera instancia, se expone estudios elaborados en el exterior

acerca de un plan de negocio para un restaurante de comida saludable ubicado en el país de Chile, en segundo lugar de acuerdo con esta temática se muestran investigaciones desarrolladas en Colombia, ubicadas en las ciudades de Bogotá y Pie de Cuesta Santander y por último, se exhiben análisis específicos para el departamento del Tolima, realizados en la ciudad de Ibagué. Estos tres bloques, toman en cuenta la metodología empleada, principales resultados y sus conclusiones.

Se dará inicio con la investigación realizada por Luis Armando Rojas Rozas (2019) en su proyecto “Plan de negocios para restaurante de comida saludable” el cual fue formulado en la capital del país de Chile, y que tiene como finalidad la apertura de un restaurante de comida saludable de alta gama, con el propósito de brindar un servicio de excelencia, y a su vez ofrecer un ambiente elegante, sencillo y cómodo. En este proyecto se presenta el análisis con respecto a la factibilidad de la creación de un restaurante que brinde al mercado una nueva alternativa para el consumo de alimentos saludables; En lo que respecta el margen de resultados, se puede apreciar que se logra ingresos positivos durante los seis 6 años de operación, los ingresos anuales por ventas crecen un 10% de acuerdo a la tasa de crecimiento proyectada por el sector, manteniendo una inversión productiva y los costos variables aumentando un 2% anual según la tasa de inflación en Chile.

Bermúdez, Flores y Díaz (2019) realizan el proyecto denominado, “Estudio de viabilidad para la creación de un restaurante de comida saludable tipo buffet en la localidad Santa Fe de la ciudad de Bogotá”, quienes utilizaron las siguientes metodologías: la primera fue la investigación de mercados, donde se realizó una encuesta, con el fin de determinar las características, hábitos, tendencias, gustos y preferencias de consumo del mercado objetivo, y la

segunda fue el análisis financiero donde se calculó el monto de la inversión inicial, los costos de operación y los ingresos proyectados, para determinar la rentabilidad del negocio. Seguido a esto sus principales resultados fueron los siguientes: el mercado potencial para los restaurantes saludables en la ciudad de Bogotá es alto y por consiguiente los consumidores están cada vez más interesados en encontrar opciones saludables fuera de casa. El proyecto concluyó que existe un potencial significativo para el desarrollo de restaurantes saludables en la ciudad de Bogotá.

Otro planteamiento denominado “Elaboración de un plan de negocios para un restaurante Buffet en Bogotá”, realizado por Narváz (2010), tiene como objetivo principal demostrar la viabilidad de un restaurante Buffet en la ciudad de Bogotá. Este restaurante se caracteriza por la libertad de la comida dependiendo del valor pagado, encontrarán barras de acompañamientos, carnes, ensaladas, enfocándose en alta calidad y logrando un importante valor percibido por el cliente.

Este proyecto utilizó como metodología los siguientes objetivos:

- ✓ Realizar un plan de Mercadeo para posicionar el restaurante Buffet
- ✓ Realizar estudio técnico sobre los resultados obtenidos de la investigación
- ✓ Determinar estructura administrativa y legal
- ✓ Y por último realizar un estudio económico y financiero.

El restaurante estará enfocado en la calidad del producto, servicio y precio ya que tendrán tres (3) opciones que se acomodarán a las necesidades del cliente. Esto se logrará a través de la

eficiencia en costos en la parte de producción, posicionar el restaurante por medio de publicidad y el ambiente medieval que recreará los grandes buffets de los reyes. Se puede llegar a la conclusión que Buffeton Gourmet tiene un alto potencial debido a que el sector de restaurantes de acuerdo con la Asociación Colombiana de Restaurantes (Acodres), el modelo de negocio tipo buffet solo ha sido explotado en un 9%.

En cuanto al “Plan de Negocio para la creación de un restaurante de comida saludable en el municipio Piedecuesta, Santander” elaborado por Karen Dayana Palomino Duarte (2018), indica que este establecimiento manejará el servicio para desayunos, almuerzos y comidas; los productos serán netamente orgánicos, con el fin de ofrecer una alternativa diferente a la clásica a la población de Piedecuesta. La finalidad de este proyecto fue desarrollar el estudio de mercado para determinar la viabilidad del negocio, para ello, se realizaron investigaciones exploratorias y cuantitativas.

Los resultados del estudio de mercado indican que la creación de este restaurante es factible, ya que existe una creciente demanda de comida saludable en el municipio de Piedecuesta. Además, la oferta actual de restaurantes en este municipio es limitada y no ofrece una variedad de opciones saludables, lo que representa gran ventaja para este proyecto.

Finalmente, se hablará sobre el proyecto de investigación de García y Daza (2020) denominado "Estudio de factibilidad para conocer la viabilidad de establecer un punto de franquicia de comida rápida saludable de la marca Go Green en la ciudad de Ibagué". Este proyecto analiza la posibilidad de abrir una franquicia de Go Green con el fin de brindar una opción rápida, accesible y sana de comida para las personas que tienen limitaciones de tiempo.

La metodología utilizada fue una investigación cuantitativa con un alcance descriptivo. Se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, con una muestra de la población residente en la ciudad de Ibagué, interesada en el consumo de comidas rápidas saludables. La recolección de datos se realizó mediante una encuesta virtual con el uso de Google Formularios.

Los resultados del estudio de mercado indican que existe una gran demanda de comida rápida saludable en la ciudad de Ibagué. Las personas buscan opciones que sean rápidas, accesibles y sanas, y que contribuyan con su bienestar.

8. Marco teórico

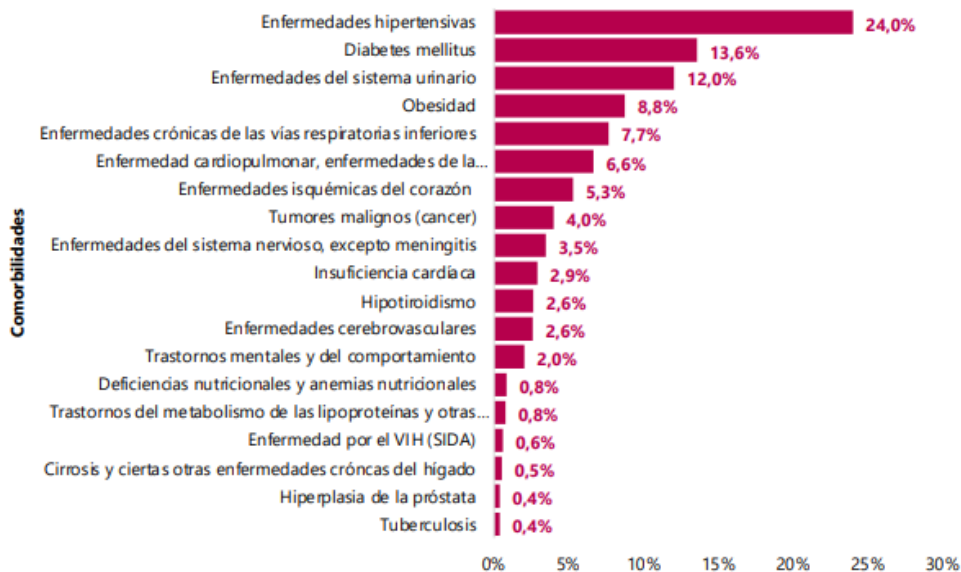
En la sociedad actual, se ha consolidado una creciente conciencia acerca de la vital importancia de una alimentación saludable como cimiento fundamental para el bienestar y la calidad de vida. En este contexto, el objetivo central del presente proyecto se enmarca en la creación de un restaurante de comida saludable en la ciudad de Ibagué. La misión es clara y directa: proporcionar opciones culinarias nutritivas y equilibradas que, al mismo tiempo, satisfagan plenamente las necesidades y expectativas de los clientes.

El sustento teórico del proyecto se cimienta en una serie de conceptos y teorías vinculados con la alimentación, centrándose particularmente en la identificación de una notable tendencia hacia un consumo más saludable. Es importante subrayar que esta tendencia ha sido influida de manera significativa por un factor de extraordinaria relevancia como la pandemia por COVID-19, la problemática de la obesidad y el incremento de enfermedades crónicas no transmisibles.

En el contexto de la pandemia por COVID-19, la evidencia científica respalda de manera concluyente la afirmación de que el exceso de peso aumenta significativamente el riesgo de hospitalización, ingreso en la Unidad de Cuidados Intensivos (UCI) y mortalidad a causa de esta enfermedad. La obesidad, en particular, se destaca como un factor que incrementa el riesgo de complicaciones graves debido a diversos factores; en primer lugar, debilita el sistema inmunológico, exponiendo a las personas a un mayor riesgo de infecciones virales, y, además, aumenta las probabilidades de desarrollar enfermedades crónicas subyacentes, como enfermedades cardíacas, diabetes tipo 2 y trastornos respiratorios.

Las estadísticas proporcionadas por el DANE para el año 2020 son reveladoras: la obesidad ocupó la preocupante cuarta posición entre las principales comorbilidades reportadas en los certificados de defunción de personas fallecidas a causa de COVID-19, tanto confirmado como sospechoso, representando un alarmante 8,8% de los casos.

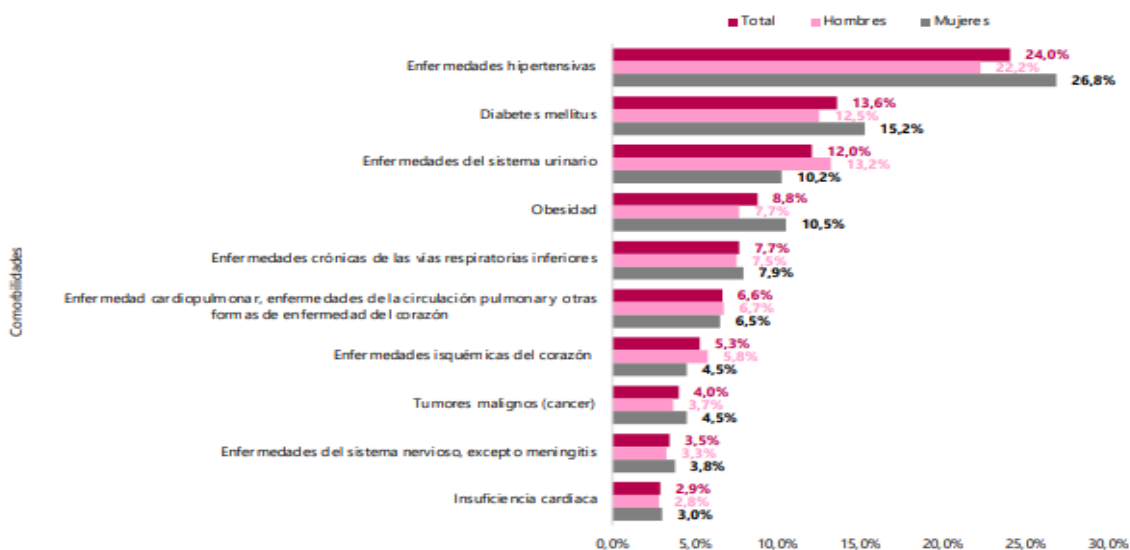
FIGURA 3. PROPORCIÓN DE COMORBILIDADES ASOCIADAS A DEFUNCIONES POR COVID-19 TOTAL (CONFIRMADO + SOSPECHOSO)



Fuente: DANE (2020)

Al analizar los datos anteriores por género, se constata que el 10,5% de las mujeres y el 7,7% de los hombres que fallecieron por COVID-19 presentaban obesidad.

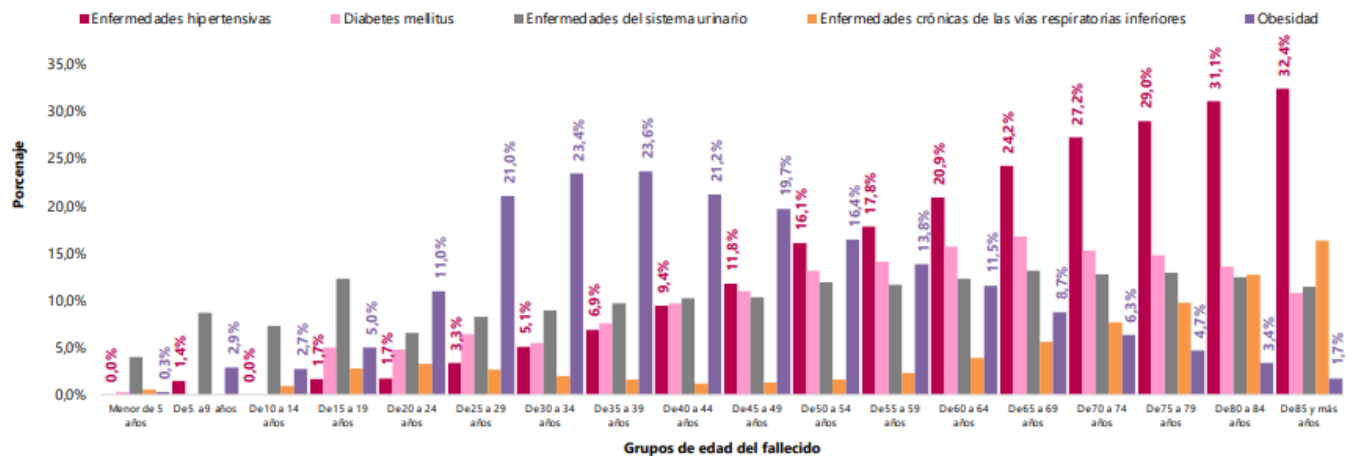
FIGURA 4. COMORBILIDADES ASOCIADAS A LAS DEFUNCIONES POR COVID 19, SEGÚN SEXO



Fuente: DANE – Estadísticas vitales

Por otro lado, Mientras que las enfermedades hipertensivas fue la comorbilidad más frecuente en personas fallecidas por COVID-19 con edades de 55 y más años, la obesidad fue un antecedente más frecuente en personas fallecidas con edades entre los 25 y 49 años.

FIGURA 5. COMORBILIDADES ASOCIADAS A LAS DEFUNCIONES POR COVID 19, SEGUN EDAD DEL FALLECIDO



Fuente: DANE – Estadísticas vitales

En virtud de lo expuesto, ha emergido una marcada tendencia hacia la adopción de una alimentación más saludable, lo cual ha propiciado un notorio cambio en los hábitos de consumo de las personas. Esta transformación se encuentra en gran parte motivada por el reconocimiento de que una alimentación saludable desempeña un papel crucial en la prevención de enfermedades tales como la obesidad, la diabetes tipo 2 y las enfermedades cardiovasculares, entre otras.

Por consiguiente, el equipo se enfoca en llevar a cabo una investigación sobre el sector de alimentos y bebidas, la cual presenta un alto nivel de importancia en la economía del país, pues la industria de los servicios de alimentación experimentó un incremento del 93,9% en sus ingresos durante el año 2021 en comparación con el mismo periodo del año anterior, y registró un aumento del 23,5% en sus salarios, con cifras anuales de \$1.500 millones según cifras del DANE.

FIGURA 6. VARIACIÓN ANUAL DE LOS INGRESOS NOMINALES AGOSTO 2021



Fuente: DANE

A partir de la identificación de la mencionada tendencia hacia el consumo saludable y considerando el estado económico actual del sector, se decidió emprender una búsqueda exhaustiva de fuentes de información que respalden nuestra investigación. En este sentido, un estudio realizado por el barómetro Edenred FOOD (Fighting Obesity through Offer and Demand), proyecto que tiene como objetivo principal fomentar la alimentación saludable para luchar contra la obesidad, en su onceava edición y primera en Colombia, reveló que el 72% de los colombianos incrementó el presupuesto dedicado a la compra de alimentos. Así mismo, casi el 78% de los encuestados manifestó que la actual crisis los ha hecho más conscientes de su salud y ha impulsado una dieta más saludable. De igual manera, el estudio resaltó que Colombia lidera en la necesidad de consumir saludable, superando a países como Perú con un 90%, Brasil con un 90% y España con un 89%.

En virtud de lo anteriormente expuesto, se desprende que los hábitos de consumo saludable se presentan como esenciales para mantener una buena salud y prevenir enfermedades. Para lograr este objetivo, resulta fundamental diversificar nuestra dieta mediante la inclusión de

alimentos de todos los grupos alimenticios, tales como proteínas, carbohidratos y vegetales, lo que garantiza que nuestro organismo reciba todos los nutrientes necesarios. No obstante, también es crucial evitar el consumo excesivo de alimentos procesados, que contienen azúcares añadidos, grasas saturadas y grasas trans, ya que su ingesta desmedida puede contribuir al aumento de peso, la obesidad y otras enfermedades crónicas.

La elección de alimentos de origen vegetal, como frutas, verduras, cereales integrales y legumbres, se presenta como una elección excelente, dado que estos alimentos se caracterizan por su riqueza en nutrientes y bajo contenido calórico. Este enfoque beneficia no solo nuestra salud, sino que también contribuye a mantener un peso adecuado.

TABLA 1. HÁBITOS DE CONSUMO SALUDABLE

Hábitos de consumo saludable

Aumento en el consumo de frutas y verduras
Aumento en el consumo de alimentos naturales como legumbres
Consumo de cereales integrales
Aumento en el consumo de proteína
Aumento en el consumo de agua
Moderar el consumo de bebidas alcohólicas
Moderar el consumo de alimentos procesados y azúcares

Nota: Elaboración propia (Artículo científico “bases científicas para una alimentación saludable”, 2019)

Es importante destacar que un estilo de vida saludable no se limita únicamente a la alimentación. Este concepto engloba una serie de actividades que se complementan para mejorar la salud integral del cuerpo. Tanto la actividad física regular como una alimentación adecuada

contribuyen al funcionamiento óptimo del corazón, los huesos y los músculos, y aportan a nuestro bienestar general.

En el caso concreto de la ciudad de Ibagué, se evidencia una creciente preocupación en relación a la alimentación y la adopción de hábitos saludables. En la actualidad, la calidad de los alimentos que consumimos y nuestros estilos de vida ejercen un impacto significativo en nuestra salud y bienestar general. Según datos del Instituto Nacional de Salud (INS), Encuesta Nacional de Salud (ENS) 2021-2022, se estimó que la prevalencia de obesidad en Ibagué aumentó del 28,4% en 2016-2017 al 32,9% en 2021-2022, representando un incremento del 15,5% en los últimos cinco años. Estos datos se obtuvieron a través de una encuesta realizada a una muestra representativa de 12.000 personas mayores de 18 años en todo el país, los datos se recopilaron mediante entrevistas personales y encuestas telefónicas. Asimismo, el Ministerio de Salud y Protección Social, en su Informe de Vigilancia Alimentaria y Nutricional 2022. Reveló que el consumo de alimentos ultra procesados en Colombia aumentó de 20,3% en 2019 al 25,1% en 2022, reflejando un incremento del 25% en los últimos tres años.

Estas cifras son sumamente notorias y subrayan la urgente necesidad de promover opciones y alternativas alimentarias más saludables en la ciudad. Para abordar esta problemática de manera efectiva, resulta crucial examinar las tendencias actuales en relación a alimentos saludables y hábitos de vida saludables en Ibagué. Se ha observado un cambio gradual en las preferencias de consumo de los ciudadanos, quienes buscan opciones más nutritivas y conscientes de su impacto en la salud. Por ejemplo, como resultado del estudio de mercado de alimentos saludables en Colombia, se ha registrado un aumento en la demanda de productos frescos y locales, así como un creciente interés en dietas vegetarianas y veganas.

En consecuencia, la propuesta de valor del innovador concepto de negocio radica en la oferta diaria de alimentos saludables preparados con los más elevados estándares de calidad, garantizando la máxima frescura, equilibrio y riqueza de nutrientes para promover la salud de nuestros comensales. Un restaurante de comida saludable no solo puede desempeñar un papel crucial en la prevención de la obesidad, sino que también puede proporcionar a los clientes una variedad de estrategias y opciones nutricionales que fomenten hábitos alimentarios más saludables. Esto implica la creación de menús que incluyan una amplia gama de opciones ricas en nutrientes, como ensaladas frescas, proteínas magras, granos enteros y verduras abundantes, permitiendo a los comensales tomar decisiones alimentarias más conscientes y equilibradas. Asimismo, ofrecer porciones adecuadas y proporcionar información nutricional detallada en el menú ayuda a los clientes a controlar su ingesta calórica y tomar decisiones informadas sobre su alimentación. La reducción en el uso de azúcares añadidos y grasas saturadas en la preparación de los platos contribuye aún más a la promoción de la salud, al resaltar ingredientes frescos y de alta calidad. Además, al ofrecer opciones de bebidas saludables y promover la hidratación adecuada, los restaurantes pueden ayudar a los clientes a evitar el consumo excesivo de calorías vacías. Complementando estas acciones con programas de educación nutricional y materiales informativos, los restaurantes se convierten en aliados fundamentales en la lucha contra la obesidad, fomentando una alimentación consciente y equilibrada entre sus comensales.

En resumen, el proyecto busca no solo abordar la creciente preocupación por la alimentación y la promoción de hábitos de consumo saludable en Ibagué, sino también establecer una sólida base teórica respaldada por datos científicos y estadísticas confiables. A través de la creación de un restaurante de comida saludable, se aspira a contribuir de manera significativa al

bienestar y la salud de los clientes, marcando una diferencia positiva en la comunidad y fomentando una cultura de alimentación consciente y equilibrada.

9. Metodología

9.1 Enfoque y alcance de la investigación

Al concluir este proyecto de investigación, se entregará un informe detallado que demuestra la factibilidad de abrir el restaurante de comida saludable "Artisan Food" en la ciudad de Ibagué. Este informe se basará en el éxito de la realización de cada uno de los objetivos planteados.

En primer lugar, se presentarán los resultados obtenidos a través del estudio de mercado, donde se recopilan datos que revelan las características del mercado objetivo y los productos que se ofrecerán en el restaurante. Además, se proyecta la oferta y demanda, lo cual complementa el estudio financiero.

Posteriormente, se explicarán los resultados del estudio técnico, que se enfoca en describir los recursos necesarios para el proceso productivo. Esto incluye requisitos de infraestructura, maquinaria, materiales, materias primas y personal; Además, se incluyen análisis relevantes en cuanto al marco organizacional, legal y ambiental, conforme a la normativa colombiana.

Finalmente, se presentarán los resultados concluyentes del estudio financiero, donde se evidencia y determina la factibilidad de abrir el restaurante. Se analiza la rentabilidad del proyecto en función de la inversión y se evalúan los costos y beneficios generales.

En resumen, el informe ofrecerá una visión integral de la factibilidad del restaurante "Artisan Food", demostrando su potencial para tener éxito en el mercado de comida saludable en la ciudad de Ibagué.

9.2 Cuadro resumen de objetivos

TABLA 2. CUADRO RESUMEN DE OBJETIVOS

<u>Objetivo General</u>	<u>Objetivos Específicos</u>	<u>Actividades</u>	<u>Instrumento</u>
Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida saludable en la ciudad de Ibagué	Desarrollar un estudio de mercado orientado a conocer competidores, intereses, ofertas y demandas, para la creación de un restaurante que ofrezca opciones de comida saludable en la ciudad de Ibagué.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recolección de datos por medio de la encuesta ✓ Análisis de la información recolectada ✓ Análisis oferta y demanda ✓ Diseño de marketing (producto, precio, promoción y plaza) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Encuesta ✓ Boletines estadísticos del DANE ✓ Muestreo ✓ Boletines informativos Raddar
	Realizar un estudio técnico que permita determinar la localización óptima del proyecto, el costo de los suministros e insumos.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Definición de la materia prima, implementos y equipo, personal ✓ Diseñar la distribución de la planta ✓ Establecer la estructura organizacional de los procesos ✓ Identificar los requerimientos legales, ambientales y sociales de la organización. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseño de la planta en Lucidchart ✓ Diseño del menú en Canva
	Realizar un estudio organizacional que permita establecer la misión, visión, objetivos organizacionales y la estructura administrativa	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Investigar los modelos de divisionalización de un restaurante ✓ Determinar las áreas de funcionamiento 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Organigrama ✓ Diagrama de procesos ✓ Fuentes terciarias de información

	de la empresa.	que integre la organización ✓ Establecer el propósito de la empresa para realizar la misión y visión.	
	Demostrar la factibilidad mediante el análisis financiero	✓ Determinar el capital de inversión para activos fijos ✓ Proyectar los estados financieros a 5 años ✓ Evaluar la VPN, TIR Y VAN ✓ Evaluar la relación costo/beneficio. ✓ Determinar la tasa mínima de ganancia	✓ Estado de Pérdidas y Ganancias. ✓ Flujo de caja ✓ Estado de resultados

Nota: Elaboración propia

9.3 Descripción detallada del diseño metodológico desarrollado para el logro de los objetivos

La estructura metodológica del presente proyecto se basará en un estudio de factibilidad, que no se limitará al uso de una sola fuente de investigación, dado que se plantean diversos objetivos. En primer lugar, se utilizará un enfoque cuantitativo para la recolección de datos, a través de encuestas que serán sometidas a un tratamiento estadístico. Esto permitirá presentar las preferencias de los posibles clientes, así como frecuencias y promedios. Además, se emplearán fuentes de investigación secundarias, como censos realizados por el DANE, el Ministerio de Salud y Protección Social, Forbes, Andina y Raddar. Estas fuentes serán fundamentales para recopilar los datos relevantes y justificar el problema de investigación, así como para analizar la oferta y demanda, diseñar el plan de marketing y examinar la industria de los restaurantes.

En segundo lugar, se llevará a cabo una investigación descriptiva que permitirá especificar las propiedades, características y perfiles del mercado objetivo, con el fin de establecer la estructura organizacional de los procesos, así como la ambientación y distribución de la planta.

Al finalizar este proyecto de investigación, se entregará un documento acorde a los requisitos de la Universidad, el cual evidenciará la factibilidad de crear un restaurante de comida saludable en la ciudad de Ibagué mediante la ejecución exitosa de cada uno de los objetivos específicos. Asimismo, se logrará determinar la rentabilidad a partir de la inversión y se realizará una evaluación general del proyecto en términos de costos y beneficios.

En resumen, este proyecto de investigación proporcionará información sólida y respaldada que demostrará la factibilidad de abrir un restaurante de comida saludable en la ciudad de Ibagué.

10. Estudio de mercado

10.1 Identificación del bien o servicio

"Artisan Food" será un restaurante que se comprometerá a brindar comidas saludables de alta calidad. El enfoque principal es la creación de platos deliciosos y nutritivos que hacen hincapié en la calidad de los ingredientes, empleando productos frescos y sostenibles. Como parte del servicio, se proporcionará información detallada sobre el valor nutricional en el menú, lo que permitirá a los clientes tomar decisiones informadas en cuanto a sus elecciones alimenticias.

Se ofrecerá una amplia gama de opciones que abarcarán desde ensaladas y bowls hasta platos principales, adaptando el menú para satisfacer las necesidades de dietas especiales,

incluyendo opciones vegetarianas. El restaurante brindará un ambiente acogedor y relajante, que reflejará el compromiso con la salud y la sostenibilidad.

El restaurante se fundamenta en proporcionar alimentos que cumplan con los siguientes aspectos clave:

- ✓ Alta en nutrientes: Debe proporcionar todos los nutrientes que el cuerpo necesita para funcionar correctamente.
- ✓ Baja en calorías y grasas: Debe ayudar a las personas a mantener un peso saludable.
- ✓ Fresca: Los alimentos deben ser frescos.
- ✓ Poco procesada: Los alimentos deben ser procesados lo menos posible para preservar sus propiedades nutricionales.

TABLA 3. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

Definición del producto

Producto básico	Servicio de restaurante
Producto real	Servicio de restaurante que ofrezca opciones de comida saludable a sus clientes en la ciudad de Ibagué.
Producto aumentado	Un restaurante de comida saludable enriquece la diversidad culinaria ofreciendo una variada selección de platos nutritivos. Además de ser un punto de encuentro para el bienestar comunitario, se destaca por proporcionar información sobre el valor nutricional de cada

plato que ofrece, brindando así un valor añadido para sus clientes.

Nota: Elaboración propia

10.1.1 Diseño del producto

FIGURA 7. MENÚ ARTISANT FOOD

Tortas

- **Banano con Arandanos** \$3.909
* Calorías: 200 k * Carbohidratos: 40g * Proteínas: 5g * Fibra: 4-6g
- **Zanahoria y Nuez** \$3.964
* Calorías: 300 k * Carbohidratos: 50g * Proteínas: 5g * Fibra: 4-6g

Alimentos Frescos

Gracias por visitarnos

¡Disfruta tu día!

Una comida bien equilibrada es como un poema al desarrollo de la vida.

Contactanos.

301 673 2599 - 300 512 5927
 www.artisanfood.com

Bio Food

Artisant Food

Cuidamos tu comida, cuidamos de ti.

Abierto de 10:00 am hasta las 5:00 pm

Activar Wir Ir a Configurac

Nuestra filosofía

Comer bien es una forma de ser feliz y llenarte de energía

Entradas

Papas nuestra tierra \$14.137
Papitas crocantes en casco acompañadas con aderezo de la casa echo a base de yogurt griego.
* Calorías: 280 k * Proteínas: 6g
* Carbohidratos: 45g * Fibra: 3g

Aperitap \$14.868
Trozos grandes de pan crocante acompañados con queso y cebolla caramelizada decorados con perejil.
* Calorías: 200 k * Proteínas: 7g
* Carbohidratos: 30g * Fibra: 2g

Bebidas

- Jugos combinados \$8.863
Sandía, Fresa, Limón Piña, Fresa, Limón Mango, Maracuyá
- Te Blanco con Piña \$12.565
- Limonada Natural \$5.671

Otras Bebidas

- Agua Cristal \$3.819
- Soda Breñaña \$5.497
- Café \$3.740

Platos Fuertes

Pollo a la Mexicana \$31.243
Poke bowl de Quinoa, mix verdes y vegetales, guacamole, frijoles negros, maíz tierno, jalapeños, queso campesino y nachos
* Calorías: 400 k * Proteínas: 25-30g
* Carbohidratos: 45-50g * Fibra: 4-6g

Spagueti con Camarones \$26.175
Pasta integral cremosa acompañada de camarones.
* Calorías: 400 k * Proteínas: 25g
* Carbohidratos: 40g * Fibra: 4g

Bowl Vegetariano \$26.052
Poke bowl acompañado de arroz integral, frijoles negros, mix verdes, tomate confitado, aguacate y garbanzos crocantes.
* Calorías: 350 k * Proteínas: 20g
* Carbohidratos: 50g * Fibra: 10g

Res al Horno \$33.920
Carne de res al horno, arroz integral con cilantro, aguacate, mx de verdes, cebollitas encurtidas y mani.
* Calorías: 350 k * Proteínas: 25g
* Carbohidratos: 30g * Fibra: 6g

Arma tu Bowl (puedes escoger) \$25.000

Escoge tu base (1)

- Quinoa.
- Pasta integral.
- Arroz integral.
- Mix de lechugas.

Escoge tu proteína (1)

- Pollo.
- Lomo.
- Camarones.
- Garbanzos.
- Huevo.

Escoge tus vegetales (2)

- Tomate cherry.
- Aguacate.
- Pepino.
- Champiñones.
- Zanahoria.

Escoge tus toppings (2)

- Maíz tostado.
- Maní.
- Maduritate.
- Queso.
- Fresa.
- Mango.

Escoge tu aderezo (1)

- Salsa de aguacate.
- Salsa de cilantro y hierbabuena.
- Pesto.

10.1.2 Logotipo

FIGURA 8. LOGOTIPO ARTISANT FOOD



Nota: Elaboración propia

10.1.3 Eslogan

“Cuidamos tu comida, cuidamos de ti”

10.1.4 Presentación de los productos

TABLA 4. IDENTIFICACIÓN DE LAS BEBIDAS

Bebidas				
Bien o servicio	Presentación	Ficha técnica	Productos sustitutos	Productos complementarios
Jugos Combinados	Personal	Bebida	Jugos naturales	Hielo, pulpa de fruta, agua y endulzante.
Limonada Natural	Jarra	Bebida	Naranjada	Hielos, agua, zumo de limón y endulzante.
Te blanco con piña	Personal	Bebida	Limonadas	Agua, 2 sobres de té blanco, endulzante y piña en trozos.
Agua Cristal	Personal	Bebida	Soda	Agua en botella
Soda Breñaña	Personal	Bebida	Agua	Soda en botella
Café	Personal	Bebida	Aromática	Café instantáneo, agua, endulzante.

Nota: Elaboración propia.

TABLA 5. IDENTIFICACIÓN DE LAS ENTRADAS

Entradas				
Bien o servicio	Presentación	Ficha técnica	Productos sustitutos	Productos complementarios
Aperitap	Familiar	Entradas	Montaditos de atún con	Pan Baguette, queso cheddar, cebolla blanca, aceite vegetal, azúcar, perejil, sal, balsámico, pimienta.

			queso cheddar	
Papas nuestra tierra	Familiar	Entradas	Palillos de berenjena, con salsa agridulce.	Papas, aceite, perejil, ajo, cilantro, mayonesa, yogurt griego, cebolla, ajo en polvo.

Nota: Elaboración propia

TABLA 6. IDENTIFICACIÓN DE LOS PLATOS FUERTES

Tabla de platos fuertes

Bien o servicio	Presentación	Ficha técnica	Productos sustitutos	Productos complementarios
Pollo a la Mexicana	Personal	Plato fuerte	Pechuga a la plancha con acompañamientos	Quínoa, espinacas, guacamole, frijoles negros, cebolla salteada, pimentón asado, maíz tierno, jalapeños, queso campesino y nachos.
Bowl Vegetariano	Personal	Plato fuerte	Ensalada vegetariana	Arroz integral, frijoles negros, lechuga, espinaca, tomates confitados, aguacate, garbanzos crocantes.
Spaguetti con Camarones	Personal	Plato fuerte	Pasta napolitana	Pasta integral, camarones, pasta de tomate concentrada, ajo, cebolla, leche descremada, aceite de oliva y limón.
Res al horno	Personal	Plato fuerte	Salteado de res	Arroz integral con cilantro, carne de res, aguacate, mix de verdes, cebollitas encurtidas y maní.

Nota: Elaboración propia

TABLA 7. IDENTIFICACIÓN DE LAS TORTAS

Tabla de tortas

Bien o servicio	Presentación	Ficha técnica	Productos sustitutos	Productos complementarios
Banano con arándanos	Personal	Torta	Brownie de banano	Huevos, azúcar de coco o endulzante, bananos, aceite de coco, arándanos, harina de avena, vainilla y canela
Zanahoria y nuez	Personal	Torta	Mantecada	Huevos, azúcar de coco, endulzante, aceite de coco, zanahoria rayada, canela, harina de avena, nuez picada, vainilla, polvo para hornear.


Nota: Elaboración propia

TABLA 8. FICHA TÉCNICA JUGOS COMBINADOS

Ficha técnica jugos combinados

Ficha técnica producto terminado – Bebida

Nombre del producto	Jugos Combinados
Descripción del producto	Nuestra bebida cuenta con la selección de una o más frutas si el cliente lo desea, con agua y endulzante.
Preparación de la bebida	


	Licuar las frutas con un poco de agua, agregar endulzante, otro poco de agua si está muy espeso y encimar los hielos para que quede más refrescante y servir.	
Características		
Bebida refrescante a base de frutas, agua y hielo.		
Formas de pago	Efectivo	Transacciones bancarias
	Tarjeta débito y crédito	Otro

Nota: Elaboración propia

TABLA 9. FICHA TÉCNICA LIMONADA NATURAL

Ficha técnica Limonada Natural
Ficha técnica producto terminado – Bebida

Nombre del producto	Limonada Natural
Descripción del producto	Nuestra bebida refrescante a base de limón, agua y endulzante.
Preparación de la bebida	Exprimir los limones, licuar el zumo con un poco de hielos y agua, agregar endulzante y si queda muy espeso agregar otro poco de agua.
Características	
Bebida refrescante a base de limón, hielo y agua.	

		
Formas de pago	Efectivo	Transacciones bancarias
	Tarjeta débito y crédito	Otro

Nota: Elaboración propia

TABLA 10. FICHA TÉCNICA TE BLANCO CON PIÑA

Ficha técnica Té blanco con piña
Ficha técnica producto terminado – Bebida

Nombre del producto	Té blanco con piña
Descripción del producto	Producto elaborado a base de hojas de té blanco, trozos de piña, hielo y endulzante.
Preparación de la bebida	Preparar el té blanco y dejar enfriar. pelar la piña, cortarla en cubos y colarlo; agregar hielo y endulzante.

Características

Refrescante, color amarillo claro, bajo en dulce.



Formas de pago	Efectivo	Transacciones bancarias
	Tarjeta débito y crédito	Otro

Nota: Elaboración propia

TABLA 11. FICHA TÉCNICA AGUA CRISTAL


Ficha técnica Agua Mineral
Ficha técnica producto terminado – Bebida

Nombre del producto	Agua Cristal	
Descripción del producto	Paca por 24 unidades de 600 ml	
Características		
Agua 100% potable; es sometida a un estricto proceso de purificación bajo los mejores estándares de calidad y sanidad.		
Formas de pago	Efectivo	Transacciones bancarias
	Tarjeta débito y crédito	Otro

TABLA 12. FICHA TÉCNICA SODA BRETAÑA

Ficha técnica Soda Bretaña
Ficha técnica producto terminado – Bebida

Nombre del producto	Soda Bretaña
Descripción del producto	Paca de 24 unidades de 300 ml


Características		
Bebida carbonatada sin calorías, con burbujas y máxima sensación refrescante.		
Formas de pago	Efectivo	Transacciones bancarias
	Tarjeta débito y crédito	Otro

Nota: Elaboración propia

TABLA 13. FICHA TÉCNICA CAFÉ

Ficha técnica Café
Ficha técnica producto terminado – Bebida

Nombre del producto	Café
Descripción del producto	El café de Tostao es un café especial en la categoría de cafés de preparación, obtenido a partir de la tostión por medio de la aplicación de calor; 100% colombiano.
Preparación de la bebida	Hervir el agua, agregar 2 cucharadas de café y agregar endulzante.
Características	

<p>Es un café tostado 100% colombiano, avalado y certificado por la Federación Nacional de Cafeteros con los sellos FNC y DOP CO.</p>		
<p>Formas de pago</p>	<p>Efectivo Tarjeta débito y crédito</p>	<p>Transacciones bancarias Otro</p>

Nota: Elaboración propia

TABLA 14. FICHA TÉCNICA POLLO A LA MEXICANA

Ficha técnica Pollo a la Mexicana
Ficha técnica producto terminado - Plato Fuerte

<p>Nombre del producto</p>	<p>Pollo a la Mexicana</p>
<p>Descripción del producto</p>	<p>Nuestro plato cuenta con 11 ingredientes; quinua, espinaca, guacamole, frijoles negros, cebolla salteada, pimentón asado, maíz tierno, jalapeños, queso campesino, nachos y el producto principal el pollo; todos en un mismo tazón de forma ordenada y llamativa.</p>
<p>Preparación del platillo</p>	<p>Abrir la pechuga de pollo por la mitad a lo ancho, sazonar con sal, pimienta y cebolla; en una sartén caliente disponer de un chorrito de aceite de oliva y cocinar la pechuga de pollo, una vez lista cortar en cubos medianos.</p> <p>Reservar en un bowl, mezclar todos los ingredientes antes mencionados, complementados con sal y pimienta al gusto para servir.</p>

Características



El Bowl de pollo a la mexicana es un tazón que combina sabores, mezcla varios productos, colores y texturas.		
Formas de pago	Efectivo	Transacciones bancarias
	Tarjeta débito y crédito	Otro

Nota: Elaboración propia

TABLA 15. BOWL VEGETARIANO

Ficha técnica del Bowl Vegetariano

Ficha técnica producto terminado- plato fuerte

Nombre del producto	Bowl vegetariano
Descripción del producto	Nuestro plato cuenta con 7 ingredientes que le dan variedad de sabores; estos son arroz integral, frijoles negros, lechuga, espinaca, tomates confitados, aguacate y garbanzos crocantes.
Preparación del platillo	Comenzamos preparando el arroz integral y los frijoles negros, ya que estén listos empezamos armar en un bowl agregándole la lechuga y espinaca como base, seguimos con los tomates y aguacate para finalizar con los garbanzos crocantes.

Características

Suave, fresco y natural. Es una combinación de colores.



Formas de pago	Efectivo	Transacciones bancarias
	Tarjeta débito y crédito	Otro

Nota: Elaboración propia

TABLA 16. FICHA TÉCNICA SPAGUETTI CON CAMARONES

Ficha técnica Spaguetti con Camarones
Ficha técnica producto terminado – plato fuerte

Nombre del producto	Spaguetti con camarones
Descripción del producto	Nuestro producto tiene 4 ingredientes para su presentación: pasta integral, camarones, pasta de tomate concentrada y perejil.
Preparación del platillo	Empezamos cocinando la pasta, mientras ésta esté hirviendo, en un sartén precalentado cocinamos los camarones; mientras en otro sartén ponemos a caramelizar la cebolla. Cuando la pasta esté al dente, llevarla al sartén con la salsa de tomate y agregar la leche. Por último agregar los camarones y mezclar bien.

Características

Aspecto: unidades de producto enteras sin roturas ni grietas.

- color: amarillento, uniforme.
- aroma: característico.
- sabor: característico.



Formas de pago	Efectivo	Transacciones bancarias
-----------------------	----------	-------------------------

	Tarjeta débito y crédito	Otro
--	--------------------------	------

Nota: Elaboración propia

Tabla 10. Ficha técnica Res al horno

Ficha técnica Res al Horno

Ficha técnica producto terminado – plato fuerte

Nombre del producto	Res al Horno
Descripción del producto	Producto elaborado con arroz integral y cilantro, carne de res, aguacate, mix de verdes, cebollitas encurtidas y maní.
Preparación del platillo	Comenzamos cortando los vegetales para después sazonar en la carne, ya cuando esté listo, proseguimos armar el plato, con el arroz integral, aguacate, cebollitas y maní.

Características

Es un plato muy popular en Perú que se caracteriza por tener una gran cantidad en nutrientes que ayudan a mantener la salud




Formas de pago	Efectivo	Transacciones bancarias
	Tarjeta débito y crédito	Otro

Nota: Elaboración propia

TABLA 17. FICHA TÉCNICA TORTA DE BANANO CON ARÁNDANOS

Ficha técnica torta banano con arándanos
Ficha técnica producto terminado – torta

Nombre del producto	Banano con arándanos	
Descripción del producto	Nuestra torta tiene 2 productos principales que son los que le dan el sabor, con el dulce del banano y el acidito de los arándanos.	
Preparación del platillo	Para su preparación agregamos en una taza el endulzante, los huevos, una cucharada de aceite de coco y 1 y 1/2 taza de harina avena, y la cucharadita de vainilla; mientras en otra taza machacamos los bananos. Para finalizar juntamos las dos mezclas, las ponemos en una refractaria y al horno.	
Presentación y empaque	La torta estará debidamente tapada para sacar de la refractaria, cortar y servir en plato con servilleta y tenedor.	
Características		
Ésta torta se caracteriza por su olor característico, color café claro, suave y blando.		
Formas de pago	Efectivo	Transacciones bancarias
	Tarjeta débito y crédito	Otro

Nota: Elaboración propia

TABLA 18. FICHA TÉCNICA TORTA DE ZANAHORIA Y NUEZ

Ficha técnica torta de zanahoria y nuez
Ficha técnica producto terminado – torta

Nombre del producto	Zanahoria y nuez	
Descripción del producto	Nuestra torta se compone de zanahoria rayada, nuez picada, harina de avena, canela y vainilla para darle sabor	
Preparación del platillo	<p>Tamizar ingredientes secos. Picar zanahoria y nueces. Batir ingredientes húmedos y añadir ingredientes secos mezclados.</p> <p align="center">Añadir zanahoria y nueces.</p> <p>Hornear en plancha 60x40 a 190°C durante 1 hora dejar enfriar a tª ambiente. filmar y conservar en cámara frigoríf</p>	
Presentación y empaque	La torta estará debidamente tapada para sacar de la refractaria, cortar y servir en plato con servilleta y tenedor.	
Características		
Triangular, típica de muffin, anaranjado con nuez		
Formas de pago	Efectivo	Transacciones bancarias
	Tarjeta débito y crédito	Otro

Nota: Elaboración propia

TABLA 19. FICHA TÉCNICA DE PAPAS NUESTRA TIERRA

Ficha técnica de Papas Nuestra Tierra
Ficha técnica producto terminado – entrada

Nombre del producto	Papas Nuestra Tierra
Descripción del producto	Papa casco 100% natural con un ligero toque de ajo.
Preparación del platillo	<p>Precalentar el horno a 220°</p> <p>-Lavar y cortar las papas</p> <p>- Colocar las papas esparcidas en una capa en la bandeja del horno, e introducir la bandeja a media altura.</p> <p>- Cocinar aproximadamente de 17 a 20 minutos, hasta que están doradas y crujientes. para el aderezo picar perejil, ajo y cilantro, agregar 1 cucharada de mayonesa light</p> <p>3 cucharadas de yogurt griego</p> <p>y una pizca de ajo en polvo</p>

Características

Papas crocantes en casco con aderezo sin grasas saturadas, con productos naturales.




Formas de pago	Efectivo	Transacciones bancarias
	Tarjeta débito y crédito	Otro

Nota: Elaboración propia

TABLA 20. FICHA TÉCNICA DE APERITAP

Ficha técnica de Aperitap
Ficha técnica producto terminado – entrada

Nombre del producto	Aperitap
Descripción del producto	Trozos grandes de pan con queso y cebolla caramelizada. decorada con perejil
Preparación del platillo	Sofreír la cebolla en julianas a fuego bajo durante 8 minutos; agregar el balsámico y volver a mezclar. cortar el baguette en rodajas, cortar el queso en trozos y sazonarlo con sal y pimienta. Hornear los panes a 180°C. para finalizar cubrir los canapés que con la cebolla y perejil.

Características		
Crocante y agri dulce		
Formas de pago	Efectivo	Transacciones bancarias
	Tarjeta débito y crédito	Otro

Nota: Elaboración propia

10.2 El cliente

10.2.1 Segmentación del mercado

TABLA 21. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.

Segmentación del mercado

Descripción Psicográfica de la población objetivo	Número de personas o población objetivo	Descripción demográfica de la población objetivo	Sitios de compra de la población objetivo	Periodos de compra de la población objetivo
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Practican deporte. ✓ Cuidan de su salud. ✓ Cuidan de su alimentación. ✓ Buscan calidad en alimentos. ✓ Buscan alimentos no procesados ✓ Llevan un estilo de vida saludable 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ciudad: Ibagué ✓ Habitantes de la ciudad de Ibagué 543.949 (Ormet Tolima, 2022) ✓ Habitantes que mantienen una vida saludable: 228.458 (42%) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sexo: Masculino y femenino ✓ Edad: 18 a 70 años ✓ Estrato: medio alto y alto ✓ Nivel de ingresos: Salario mínimo en adelante ✓ Nivel educativo: Bachiller, técnico, profesional, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Restaurantes saludables. ✓ Tiendas naturistas. ✓ Supermercados saludables. 	De acuerdo a la encuesta realizada, podemos evidenciar que los periodos de compra de nuestra población objetivo son: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Semanalmente ✓ Mensualmente

Nota: elaboración propia

Perfil del cliente

- ✓ **Ciudad:** Ibagué
- ✓ **Edad:** 18 a 70 años
- ✓ **Ingresos:** Salario mínimo en adelante.
- ✓ **Nivel de educación:** Primaria, bachiller, técnico, universitario, etc.

✓ **Localidad:** Nororiente con Calle 60

10.3 La demanda

10.3.1 Cálculo de la participación en el mercado

- 1 ¿Qué tan grandes son sus competidores?
 - a. Grandes
 - b. Pymes**
 - c. Sin competencia

- 2 ¿Qué tanto competidor tiene?
 - a. Muchos
 - b. Algunos**
 - c. Uno
 - d. Sin competencia

- 3 ¿Qué tan similares son los productos de sus competidores con los suyos?
 - a. Similares**
 - b. Diferentes
 - c. Sin competencia

TABLA 22. APROXIMACIONES DE PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

Aproximaciones de porcentaje de participación en el mercado

GUÍA DE APROXIMACIONES DE PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE MERCADO

No	¿Qué tan grandes son sus competidores?	¿Qué tantos competidores tienen?	¿Qué tan similares son los productos de sus	Porcentaje de participación competencia	¿Cuál parece ser su

			competidores con los suyos?		porcentaje sobre la brecha de mercado?
1	Grandes	Muchos	Similares	90 %	0 % - 5 %
2	Grandes	Algunos	Similares	82 %	0 % - 5 %
3	Grandes	Uno	Similares	74 %	0,5 % - 5 %
4	Grandes	Muchos	Diferentes	66 %	0,5 % - 5 %
5	Grandes	Algunos	Diferentes	58 %	0,5 % - 5 %
6	Grandes	Uno	Diferentes	50 %	10 % - 15 %
7	Pymes	Muchos	Similares	42 %	5 % - 10 %
8	Pymes	Algunos	Similares	34 %	10 % - 15 %
9	Pymes	Muchos	Diferentes	26 %	10 % - 15 %
10	Pymes	Algunos	Diferentes	18 %	20 % - 30 %
11	Pymes	Uno	Similares	10 %	30 % - 50 %
12	Pymes	Uno	Diferentes	2 %	40 % - 80 %
13	Sin competencia	Sin competencia	Sin competencia	0 %	80 % - 100 %

Porcentaje de participación competencia 34 %

¿Cuál parece ser su porcentaje de participación en el mercado sobre la brecha de mercado?	10%
---	-----

10.3.2 Cálculo de la demanda

TABLA 23. CÁLCULO DE LA DEMANDA

Cálculo de la demanda

	<i>Filtro 1</i>	<i>Filtro 2</i>	<i>Filtro 3</i>	<i>Filtro 4</i>	<i>Filtro 4</i>
Años	Población Total Municipio De Ibagué (DANE)	Población Total Municipio De Ibagué Comuna 5	Población por estratos 3,4 y 5 de La Comuna 5 De Ibagué	Personas que compran el producto estimado un 10%	Preferencia hacia la comida saludable 40%
2018	529.635	201.179	163.751	16.375	6.550
2019	536.087	203.630	165.745	16.575	6.630
2020	541.101	205.534	167.296	16.730	6.692
2021	542.724	206.151	167.797	16.780	6.712
2022	543.949	206.616	168.176	16.818	6.727
2023	545.210	207.095	168.566	16.857	6.743

Nota: Elaboración propia

10.4 La oferta

10.4.1 Matriz de perfil competitivo directo

TABLA 24. COMPETIDORES DIRECTOS

Competidores directos					
Competidor directo	Ubicación	Horarios de atención	Teléfonos	E-mail/redes sociales	Otros servicios
Origen restaurante	Cra 6. #44-84 Ibagué Tolima	12:00 a 22:00	3219082315	Origenrestaurante21@gmail.com	Comida a domicilio
Mee Food	Cra 5 ^a #43-41 piedra pintada Ibagué	11:30 am a 9:00 pm	3193195404	meedfoodibague@gmail.com	Bar, Café
Míster Spot Good Food	Mz H casa 109 ^a Arkarolina Parrales Ibagué	17:00 a 22:00	3208402063	mrspotgoodfood@gmail.com	Comida rápida Domicilio

Nota: Elaboración propia

TABLA 25. MATRIZ COMPETIDOR DIRECTO

Matriz de perfil competitivo directo

Factores críticos de éxito	Peso	Nombre Origen restaurante		Nombre Mee Food		Nombre Mister Spot Good Food	
		Rating	Puntaje	Rating	Puntaje	Rating	Puntaje
Reputación de la marca	0,1	4	0,4	3	0,3	3	0,3
Rango de productos	0,1	4	0,4	2	0,2	3	0,3
Participación de mercado	0,1	3	0,3	2	0,2	3	0,3
Estructura de bajo costo	0,1	3	0,3	3	0,3	3	0,3
Variedad de los canales de distribución	0,1	4	0,4	4	0,4	4	0,4
Retención de consumidores	0,1	3	0,3	3	0,3	3	0,3
Capacidad tecnológica	0,1	3	0,3	3	0,3	3	0,3
Ventas <i>on line</i>	0,1	4	0,4	3	0,3	4	0,4
Promociones	0,1	2	0,2	3	0,3	3	0,3
Infraestructura	0,1	4	0,4	4	0,4	4	0,4
Total	1		3,4		3,0		3,3

Nota: Elaboración propia

De acuerdo a los resultados obtenidos en la matriz del perfil competitivo, se puede identificar algunas de las fortalezas y debilidades de los competidores directos, esta información indica que el mercado está muy competitivo y que son fuertes en todos los factores clave del éxito, ya que en su mayoría el puntaje está por encima del 3,0.

En este caso que son los restaurantes saludables, esto significa que los competidores ofrecen alimentos de alta calidad, precios asequibles, servicio al cliente amable y eficiente, y ubicaciones convenientes. Sin embargo, incluso en un mercado competitivo, todavía hay oportunidades para que las empresas tengan éxito. Las empresas pueden centrarse en mejorar sus fortalezas y aprovechar las oportunidades que enfrentan sus competidores.

TABLA 26. COMPETIDORES INDIRECTOS

Competidores indirectos

Competidor indirecto	Ubicación	Horarios de atención	Teléfonos	E-mail/redes sociales	Otros servicios
Violeta	Mz 31 casa 1b/Jordán 3ra et- esquina Ibagué Tolima	9:00 A 19:30	3114943386	Naturalsanwar.herbolario@gmail.com	Domicilio

Bonsái	Cra 5 #10-70 Ibagué Tolima	8:00 a 19:00	3041129047	bonsaitiendasaludable@gmail.com	Domicilio
Equilibrio sana nutrición	Cra 16 sur #96-48 Poblado Mercacentro 10 Ibagué	9:00 a 19:00	3202793544	clientes@equilibriosananutricion.com	Entrega a domicilio Retiro en tienda

Nota: Elaboración propia

TABLA 27. MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO INDIRECTO

Matriz de perfil competitivo indirecto

		Nombre Violeta		Nombre Bonsái		Nombre Equilibrio sana nutrición	
Factores críticos de éxito	Peso	Rating	Puntaje	Rating	Puntaje	Rating	Puntaje
Reputación de la marca	0,1	3	0,3	4	0,4	4	0,4
Rango de productos	0,1	3	0,3	3	0,3	4	0,4
Participación de mercado	0,1	3	0,3	3	0,3	4	0,4
Estructura de bajo costo	0,1	4	0,4	3	0,3	2	0,2
Variedad de los canales de distribución	0,1	3	0,3	4	0,4	4	0,4
Retención de consumidores	0,2	2	0,4	3	0,6	3	0,6
Ventas <i>on line</i>	0,1	3	0,3	4	0,4	3	0,3
Infraestructura	0,1	4	0,4	4	0,4	4	0,4
Promociones	0,1	3	0,3	2	0,2	2	0,2
Total	1		3,0		3,3		3,3

Nota: Elaboración propia

De acuerdo a los resultados arrojados por la Matriz del Perfil Competitivo de los competidores indirectos, se puede apreciar la posición competitiva de estos negocios en el mercado, puesto que de esta información se analiza que los factores claves del éxito son fuertes al igual que en los competidores directos, ya que la mayoría de sus puntajes se encuentran por encima del 3,0.

Dicho lo anterior, se muestra la importancia de que las empresas se centren en sus fortalezas y aprovechen las oportunidades que enfrentan sus competidores para actuar rápidamente y beneficiarse.

En el caso del restaurante saludable, se puede mejorar la posición competitiva con factores clave como:

- ✓ Calidad de los alimentos
- ✓ Precio
- ✓ Servicio al cliente

10.5 El precio

10.5.1 Fórmulas para cálculo de precio

$$\text{Precio} = \text{Costo} + (\text{costo} \times \% \text{ margen})$$

$$\text{Precio} = \text{Costo} / (1 - \% \text{ margen})$$

$$\text{Precio} = \text{Costo} * (100 / 100 - \text{margen}).$$

Bebidas

TABLA 28. COSTO DE PRODUCCIÓN JUGOS COMBINADOS SANDIA, FRESA, LIMÓN

Costos de producción Jugos Combinados

Jugo combinado Sandia - Fresa – Limón

Cantidad	Unidad de medida	Ítems	Costos variables	Costos fijos
100	Gramo	Sandia	850	
100	Gramo	Fresa	1430	
1	Unidad	Limón	250	
300	Mililitro	Agua	180	
80	Gramo	Endulzante	233	
10	Unidad	Hielo	250	
1	Unidad	Vaso	50	

1	Unidad	Pitillo	28	
1	Dsml	Mano de obra		600
1	Dsml	Servicios públicos		990
1	Dsml	Arriendo		1560
		TOTAL:	3271	3060

Nota: Elaboración propia

TABLA 29. COSTO DE PRODUCCIÓN JUGOS COMBINADOS PIÑA, FRESA, LIMÓN

Costos de producción Jugos Combinados

Jugo combinado Piña - Fresa – Limón

Cantidad	Unidad de medida	Ítems	Costos variables	Costos fijos
100	Gramo	Piña	850	
100	Gramo	Fresa	1430	
1	Unidad	Limón	250	
300	Militro	Agua	180	
80	Gramo	Endulzante	233	
10	Unidad	Hielo	250	
1	Unidad	Vaso	50	
1	Unidad	Pitillo	28	
1	Dsml	Mano de obra		600
1	Dsml	Servicios públicos		990
1	Dsml	Arriendo		1560
		TOTAL:	3271	3060

Nota: Elaboración propia

TABLA 30. COSTO DE PRODUCCIÓN JUGOS COMBINADOS MANGO, MARACUYÁ, LIMÓN

Costos de producción Jugos Combinados

Jugo combinado Mango - Maracuyá – Limón

Cantidad	Unidad de medida	Ítems	Costos variables	Costos fijos
-----------------	-------------------------	--------------	-------------------------	---------------------

100	Gramo	Mango	850	
100	Gramo	Maracuyá	1128	
1	Unidad	Limón	250	
300	Mililitro	Agua	180	
80	Gramo	Endulzante	233	
10	Unidad	Hielo	250	
1	Unidad	Vaso	50	
1	Unidad	Pitillo	28	
1	Dsml	Mano de obra		600
1	Dsml	Servicios públicos		990
1	Dsml	Arriendo		1560
		TOTAL:	2969	3060

Nota: Elaboración propia

TABLA 31. COSTO DE PRODUCCIÓN CAFÉ

Costos de producción Café

Café

Cantidad	Unidad de medida	Ítems	Costos variables	Costos fijos
10	Gramos	Café	338	
5	Gramos	Endulzante	14	
100	Mililitros	Agua	60	
1	Dsml	Mano de obra		400
1	Dsml	Servicios públicos		300
1	Dsml	Arriendo		1560
		TOTAL:	412	2260

Nota: Elaboración propia

TABLA 32. COSTOS DE PRODUCCIÓN AGUA CRISTAL

Costos de producción Agua Cristal

Agua Cristal

Cantidad		Ítems		
----------	--	-------	--	--

	Unidad de medida		Costos variables	Costos fijos
1	Unidad	Agua	918	
1	Dsml	Mano de obra		0
1	Dsml	Servicios públicos		660
1	Dsml	Arriendo		1150
		TOTAL:	918	1810

Nota: Elaboración propia

TABLA 33. COSTO DE PRODUCCIÓN SODA BRETANA

Costos de producción Soda Bretaña

Soda Bretaña

Cantidad	Unidad de medida	Ítems	Costos variables	Costos fijos
1	Unidad	Soda Bretaña	2117	
1	Dsml	Mano de obra		0
1	Dsml	Servicios públicos		660
1	Dsml	Arriendo		1150
		TOTAL:	2117	1810

Nota: Elaboración propia

TABLA 34. COSTO DE PRODUCCIÓN LIMONADA NATURAL

Costos de producción Limonada Natural

Limonada Natural

Cantidad	Unidad de medida	Ítems	Costos variables	Costos fijos
1	Unidad	Limón	250	



300	Mililitro	Agua	180	
80	Gramo	Endulzante	233	
10	Unidad	Hielo	250	
1	Unidad	Vaso	50	
1	Unidad	Pitillo	28	
1	Dsml	Mano de obra		600
1	Dsml	Servicios públicos		990
1	Dsml	Arriendo		1560
		TOTAL:	991	3060

Nota: Elaboración propia

TABLA 35. COSTO DE PRODUCCIÓN TÉ BLANCO CON PIÑA

Costos de producción Té Blanco con Piña

Té Blanco con Piña

Cantidad	Unidad de medida	Ítems	Costos variables	Costos fijos
200	Mililitro	Te blanco	1260	
1	Unidad	Limón	250	
2	Rodaja	Piña	800	
3	Hojas	Hierbabuena	75	
300	Mililitro	Agua	180	
5	unidad	Hielo	250	
1	unidad	Vaso	50	
1	unidad	Pitillo	28	
1	Dsml	Mano de obra		2322
1	Dsml	servicios públicos		1560
1	Dsml	Arriendo		2200
		TOTA:	2893	6082

Nota: Elaboración propia

Platos fuertes

TABLA 36. COSTOS DE PRODUCCIÓN POLLO A LA MEXICANA

Costos de producción Pollo a la Mexicana

Pollo a la Mexicana

Cantidad	Unidad de medida	Ítems	Costos variables	Costos fijos
150	Gramos	Quínoa	1850	
300	Gramos	Pollo	4500	
2	Unidad	Espinacas	250	
25	Gramos	Guacamole	690	
125	Gramos	Frijoles negros	1960	
20	Gramos	Cebolla salteada	85	
10	Gramos	Pimentón	15	
100	Gramos	Maíz tierno	1750	
6	Unidad	Jalapeños	1112	
100	Gramo	Queso	1650	
75	Gramo	Nachos	1230	
30	Mililitro	Aceite de oliva	2160	
1	Unidad	Servilleta	15	
1	Unidad	Plato	320	
1	Dsml	Arriendo		2950
1	Dsml	Mano de obra		2750
1	Dsml	Servicios públicos		2090
		TOTAL:	14527	7790

Nota: Elaboración propia

TABLA 37. COSTOS DE PRODUCCIÓN BOWL VEGETARIANO

Costos de producción Bowl Vegetariano

Bowl Vegetariano

Cantidad	Unidad de medida	Ítems	Costos variables	Costos fijos
200	Gramos	Arroz Integral	2320	
150	Gramos	Frijoles Negros	2352	
125	Gramos	Garbanzos	1122	
2	Unidad	Espinaca	250	
3	Unidad	Lechuga Crespa	220	
4	Trozos	Aguacate	350	
100	Gramos	Tomate Cherry	1460	
30	Mililitros	Aceite de oliva	2160	
1	Unidad	Servilletas	15	
1	Unidad	Plato	320	
1	Dsml	Arriendo		2350
1	Dsml	Mano de obra		2360
1	Dsml	Servicios públicos		1890
		TOTAL:	12009	6600

Nota: Elaboración propia

TABLA 38. COSTOS DE PRODUCCIÓN SPAGUETTI CON CAMARONES

Costos de producción Spaguetti con Camarones

Spaguetti con Camarones

Cantidad	Unidad de medida	Ítems	Costos variables	Costos fijos
250	Gramos	Pasta integral	3230	
160	Gramos	Camarones	1800	
100	Gramos	Pasta de tomate	750	

10	Gramos	Ajo	150	
250	Gramos	Cebolla	300	
1 y ½	Taza	Leche descremada	2650	
5	Gramos	Aceite de oliva	490	
1	Unidad	Limón	32	
1	Unidad	Servilleta	15	
1	Unidad	Plato	320	
1	Dsml	Arriendo		2850
1	Dsml	Mano de obra		3550
1	Dsml	Servicios públicos		2560
		TOTAL:	9737	8960

Nota: Elaboración propia

TABLA 39. COSTOS DE PRODUCCIÓN RES AL HORNO

Costos de producción Res al Horno

Res al Horno

Cantidad	Unidad de medida	Ítems	Costos variables	Costos fijos
200	Gramos	Arroz Integral	2320	
5	Gramos	Cilantro	49	
300	Gramos	Carne de Res	9792	
2	Unidad	Espinaca	250	
4	Trozos	Aguacate	750	
1	Unidad	Lechuga crespas	100	
20	Gramos	Cebolla salteada	85	
40	Gramos	Maní	458	
50	Mililitros	Aceite de oliva	3600	
1	Unidad	Servilleta	15	
1	Unidad	Plato	320	

1	Dsml	Arriendo		2150
1	Dsml	Mano de obra		1950
1	Dsml	Servicios públicos		2390
		TOTAL:	17739	6490

Nota: Elaboración propia

TABLA 40. COSTO DE PRODUCCIÓN PARA ESCOGER TU BOWL - VEGETALES

Costos de producción para Escoger tu Bowl

Escoge tu Bowl – Vegetales

Cantidad	Unidad de medida	Ítems	Costos variables
100	Gramos	Tomate Cherry	1460
4	Trozos	Aguacate	750
80	Gramos	Pepino	342
90	Gramos	Champiñones	2628
70	Gramos	Zanahoria	175
		TOTAL:	5355

TABLA 41. COSTOS DE PRODUCCIÓN ESCOGE TU BOWL - BASE

Escoge tu Bowl – Base

Cantidad	Unidad de medida	Ítems	Costos variables
150	Gramos	Quínoa	1850
250	Gramos	Pasta integral	3230
200	Gramos	Arroz Integral	2320
6	Unidad	Mix de lechuga	600

		TOTAL:	8000
--	--	---------------	-------------

Nota: Elaboración propia

TABLA 42. COSTOS DE PRODUCCIÓN ESCOGE TU BOWL - PROTEÍNA

Escoge tu Bowl - Proteína

Cantidad	Unidad de medida	Ítems	Costos variables
300	Gramos	Pollo	4500
300	Gramos	Carne de Res – lomo	9792
160	Gramos	Camarones	1800
125	Gramos	Garbanzos	1122
3	Unidad	Huevo	1850
		TOTAL:	

Nota: Elaboración propia

TABLA 43. COSTOS DE PRODUCCIÓN ESCOGE TU BOWL - TOPPINGS

Escoge tu Toppings

Cantidad	Unidad de medida	Ítems	Costos variables
50	Gramos	Maíz tostado	1830
40	Gramos	Maní	458
100	Gramos	Maduritos	728
100	Gramo	Queso	1650
100	Gramo	Fresa	1430
100	Gramo	Mango	850

		TOTAL:	
--	--	--------	--

Nota: Elaboración propia

TABLA 44. . COSTOS DE PRODUCCIÓN ESCOGE TU BOWL - ADEREZO

Escoge tu Aderezo

Cantidad	Unidad de medida	Ítems	Costos variables
100	Mililitros	Salsa de aguacate	920
100	Mililitros	Salsa de cilantro y Hierbabuena	960
15	Gramos	Presto	1374
		TOTAL:	

Nota: Elaboración propia

TABLA 45. COSTOS VARIABLES DE PRODUCCIÓN ESCOGE TU BOWL

Costos variables de producción Escoge tu Bowl

Cantidad	Unidad de medida	Ítems	Costos variables	Cantidad
1	Dsml	Arriendo		2150
1	Dsml	Mano de obra		2800
1	Dsml	Servicios públicos		2390
		TOTAL		6490

Nota: Elaboración propia

Entradas

TABLA 46. COSTOS DE PRODUCCIÓN PAPAS NUESTRA TIERRA

Costos de producción Papas Nuestra Tierra

Papas Nuestra Tierra

Cantidad	Unidad de medida	Ítems	Costos variables	Costos fijos
120	Gramos	Papas	1440	
10	Gramos	Mayonesa light	350	
5	Gramos	Cilantro	49	
3	Gramos	Ajo	32	
5	Gramos	Perejil	22	
30	Gramos	Yogurt griego	1750	
5	Mililitros	Aceite de oliva	360	
1	Unidad	Servilleta	15	
1	Unidad	Plato	320	
1	Dsml	Arriendo		1950
1	Dsml	Mano de obra		1660
1	Dsml	Servicios públicos		2150
		TOTAL	4338	5760

Nota: Elaboración propia

TABLA 47. COSTOS DE PRODUCCIÓN APERITAP

Costos de producción Aperitap

Aperitap

Cantidad	Unidad de medida	Ítems	Costos variables	Costos fijos
100	Gramos	Cebolla	750	
100	Gramos	Balsámico	660	
4	Rodajas	Baguette	1988	
5	Trozos	Queso	1650	
5	Gramos	Sal	12	

3	Gramos	Pimienta	18	
3	Gramos	Perejil	17	
1	Unidad	Servilleta	15	
1	Unidad	Plato	320	
1	Dsml	Arriendo		1970
1	Dsml	Mano de obra		1650
1	Dsml	Servicios públicos		1890
		TOTAL	5110	5510

Nota: Elaboración propia

Tortas

TABLA 48. COSTOS DE PRODUCCIÓN TORTA DE BANANO CON ARÁNDANOS

Costos de producción torta de banano con arándanos

Torta banano con arándanos por 6 porciones

Cantidad	Unidad de medida	Ítems	Costos variables	Costos fijos
3	Unidad	Bananos	300	
½	Taza	Arándanos	2590	
2	Unidad	Huevos	800	
15	gramo	azúcar de coco	1430	
1 y ½	Taza	Harina de avena	2650	
10	gramo	Vainilla	490	
10	gramo	Canela en polvo	25	
¼	Taza	Yogurt griego	1850	
1	Unidad	Plato	450	
1	Unidad	Servilleta	15	

1	Dsml	Servicios públicos		1490
1	Dsml	Arriendo		2350
1	Dsml	Mano de obra		2550
		TOTAL	10600	6390

Nota: Elaboración propia

TABLA 49. COSTOS DE PRODUCCIÓN TORTA DE ZANAHORIA Y NUEZ

Costos de producción torta de zanahoria y nuez

Torta de zanahoria con nuez por 6 porciones

Cantidad	Unidad de medida	Ítems	Costos variables	Costos fijos
300	Gramos	Ralladura de zanahoria	1560	
60	Gramos	Nuez	3120	
2	unidad	Huevos	800	
15	Gramos	Endulzante	350	
10	Gramos	Canela en polvo	25	
1 y ½	Taza	Harina de avena	2650	
10	Gramos	Vainilla	490	
6	Gramos	Polvo para hornear	32	
5	Gramo	Sal	5	
1	Unidad	Tenedor	95	
1	Unidad	Servilleta	15	
1	Unidad	Plato	320	
1	dsml	Arriendo		2850
1	dsml	Mano de obra		2550
1	dsml	Servicios públicos		1890
		TOTAL	9462	7290

Nota: Elaboración propia

TABLA 50. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO CON COSTOS, MARGEN Y PRECIO

Presentación del producto			
Presentación producto	Costo	Margen	Precio
Jugo combinado Sandía – Fresa – Limón	6.331	40%	8.863
Jugo combinado Piña – Fresa – Limón	6.331	40%	8.863
Jugo combinado Mango – Maracuyá – Limón	6.029	40%	8.440
Limonada Natural	4.051	40%	5.671
Jugo de piña con te blanco	8.975	40%	12.565
Agua Cristal	2.728	40%	3.819
Soda Bretaña	3.927	40%	5.497
Café	2.672	40%	3.740
Pollo a la Mexicana	22.317	40%	31.243
Bowl Vegetariano	18.609	40%	26.052
Pasta con camarones	18.697	40%	26.175
Res al Horno	24229	40%	33.920
Escoge tu Bowl	49.959	40%	24.983
Papas Nuestra Tierra	10.098	40%	14.137
Aperitap	10.620	40%	14.868
Torta de banano con arándanos	16.990	40%	3.909
Torta de zanahoria con nuez	16.752	40%	3.965

Nota: Elaboración propia

10.6 Proyección del IPC

TABLA 51. PROYECCIÓN DEL IPC

Proyección del IPC

Año	Valor de la serie de tiempo (porcentaje IPC)
2018	3,18
2019	3,80
2020	1,61
2021	5,62
2022	13,12
2023	5,47
2024	5,92
2025	6,35
2026	7,30
2027	7,63
2028	6,53

Nota: Información basada en el DANE

10.6.1 Proyección de los precios del producto

TABLA 52. PROYECCIÓN DE LOS PRECIOS DEL PRODUCTO

Proyección de los precios del producto

	2023	2024	2025	2026	2027	2028	
Jugo combinado Sandía - Fresa - Limón	8.863	9.348	9.901	10.530	11.299	12.161	12.955
Jugo combinado Piña - Fresa - Limón	8.863	9.348	9.901	10.530	11.299	12.161	12.955
Jugo combinado Mango - Maracuyá - Limón	8.440	8.902	9.429	10.027	10.759	11.580	12.336

Limonada Natural	5.671	5.981	6.335	6.738	7.229	7.781	8.289
Jugo de piña con te blanco	12.565	13.252	14.037	14.928	16.018	17.240	18.366
Agua Cristal	3.819	4.028	4.266	4.537	4.868	5.240	5.582
Soda Bretaña	5.497	5.798	6.141	6.531	7.008	7.542	8.035
Café	3.740	3.945	4.178	4.443	4.768	5.132	5.467
Pollo a la Mexicana	31.243	32.952	34.903	37.119	39.829	42.868	45.667
Bowl Vegetariano	26.052	27.477	29.104	30.952	33.211	35.745	38.079
Spaguetti con camarones	26.175	27.607	29.241	31.098	33.368	35.914	38.259
Res al Horno	33.920	35.775	37.893	40.300	43.241	46.541	49.580
Escoge tu Bowl	24.983	26.350	27.909	29.682	31.848	34.279	36.517
Aperitap	14.137	14.910	15.793	16.796	18.022	19.397	20.664
Papas Nuestra Tierra	14.868	15.681	16.610	17.664	18.954	20.400	21.732
Torta de banano con arándanos	3.909	4.123	4.367	4.644	4.983	5.363	5.714
Torta de zanahoria con nuez	3.964	4.181	4.428	4.710	5.053	5.439	5.794

Nota: Elaboración propia

10.7 La distribución

TABLA 53. DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS

Distribución de los productos

Tipo de transporte	Detalle		Costos	
	Domicilios con moto propia		\$1'000.000. domiciliario.	Salario

		
<p>Empaque</p>	<p>Nota: Imagen de internet</p> <p>Cajas de cartón ecológicas</p>	<p>\$1.000 cd Unid.</p>
<p>Embalaje</p>	 <p>Nota: Imagen de internet</p> <p>Bolsa plástica</p>	<p>\$26 cd Unid.</p>
	 <p>Nota: Imagen de internet</p>	

Nota: Elaboración propia

10.8 Estrategias de mercadeo - *Marketing mix*

TABLA 54. ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX

Estrategias de marketing mix

Producto	Precio	Plaza	Promoción
----------	--------	-------	-----------

Objetivo	Ofrecer platos balanceados según la guía de la OMS, a las familias ibaguereñas.	Maximizar ganancias	Crear una experiencia de compra conveniente.	Reconocimiento de la marca
Estrategia	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer una variedad de alimentos saludables en el menú. Esto incluye frutas, verduras, cereales integrales, proteínas magras y lácteos bajos en grasa. • Preparar los alimentos de manera <p>Ofrecer opciones saludables para todos los gustos. Esto incluye platos que sean atractivos, sabrosos y asequibles.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer precios basados en el valor percibido • Ofrecer ofertas y promociones 	<ul style="list-style-type: none"> • Canales de distribución como domicilios y venta en línea 	<ul style="list-style-type: none"> • Interacción entre clientes y la compañía • Interacción entre los canales de distribución y la compañía. • Redes sociales
Actividad	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un menú que se ajuste a los diferentes gustos y necesidades de las personas. • Seleccionar ingredientes frescos, nutritivos 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer precios bajos desde el inicio del lanzamiento, con el fin de conseguir mayor penetración del mercado. • Descuentos, premios, sistema de 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar las redes sociales para interactuar con los clientes • Ofrecer opciones de envío gratuitas o con descuento 	Crear contenido en la página web y en las redes sociales para dar a conocer el restaurante.

		puntos medallas.		
Presupuesto	2`000.000	1`500.000	1`000.000	1`500.000
Responsable	Administrador del establecimiento.	Administrador del establecimiento.	Administrador del establecimiento.	Administrador del establecimiento.

Nota: Elaboración propia

10.9 Mercado de insumos o proveedores

TABLA 55. MERCADO DE INSUMOS O PROVEEDORES

Mercado de insumos o proveedores

Proveedor	Ubicación	Horarios de atención	Teléfonos	E-mail/redes sociales	Otros servicios
Profunsa	Bogotá Cr 66 a # 10 – 29	08:00 – 17:00	31065328 32	Comercial@profunsa.com	Domicilios
Silvestre mercado saludable	Barrio cadiz cll 33 # 4ª – 44 Ibagué	08:00 – 18:30	31230312 62	Contacto@silvestrecomidasaludable.com	Domicilios
Vital súper tienda natural	Cra. 4 # 12 -38 Centro	09:00 – 17:00	31389836 11	vitalibague@hotmail.com	Domicilios

Nota: Elaboración propia

TABLA 56. MATRIZ PERFIL COMPETITIVO DE LOS PROVEEDORES

Matriz perfil competitivo de los proveedores

Factores determinantes del éxito	Peso	Profunsa		Silvestre Mercado Saludable		Vital Súper Tienda Natural	
		Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje
Reputación de la marca	0,09	4	0,36	3	0,27	4	0,36
Nivel de integración de productos	0,08	4	0,32	3	0,24	4	0,32
Rango de productos	0,08	3	0,24	3	0,24	3	0,24
Nuevas introducciones exitosas	0,08	3	0,24	3	0,24	2	0,16
Participación de mercado	0,09	3	0,27	3	0,27	3	0,27
Ventas por empleado	0,08	3	0,24	2	0,16	2	0,16
Estructura de bajo costo	0,08	4	0,32	3	0,24	3	0,24
Variedad de los canales de distribución	0,09	3	0,27	2	0,18	3	0,27
Retención de consumidores	0,08	3	0,24	3	0,24	2	0,16
Capacidad tecnológica	0,08	3	0,24	2	0,16	2	0,16
Ventas <i>on line</i>	0,08	3	0,24	2	0,16	3	0,24
Promociones	0,09	2	0,18	3	0,27	3	0,27
Total	1		3,16		2,67		2,85

Nota: Elaboración propia.

10.10 Anexos

MUESTRA PROBABILISTICA:

Tamaño de la población: 25.230

Nivel de confianza: 95% (1.96)

Margen de error: 5% (0.05)

$$n = \frac{N * Z^2 * p * (1 - p)}{N * E^2 + Z^2 * p * (1 - p)}$$

$$N = 25.230$$

$$Z = 95\% (1.96)$$

$$p = 0.5$$

$$E = 5\% (0.05)$$

$$n = \frac{25.230 * 1.96^2 * 0.05 * (1 - 0.05)}{25.230 * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.05 * (1 - 0.05)}$$

$$n = \frac{25.230 * 3.8416 * 0.5 * 0.5}{25.230 * 0.0025 + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{24,230.892}{63.075 + 0.9604}$$

$$n = \frac{24,230.892}{64.0354}$$

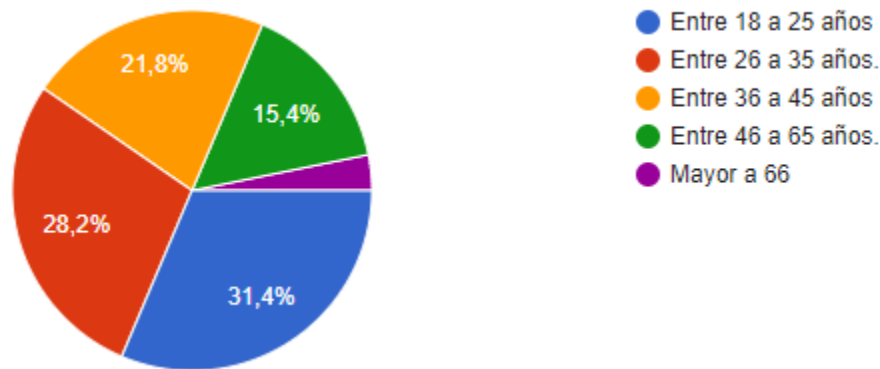
$$n = 379$$

Teniendo en cuenta el cálculo de la muestra representativa que da como resultado 379, no se trabaja con la muestra representativa completa debido al tiempo que se dispone para la ejecución de la investigación de mercado, por tanto, se opta por hacer un muestreo por conveniencia solo con una parte de la muestra representativa.

Resultados

FIGURA 9. EDAD DE LOS ENCUESTADOS

1. ¿Qué edad tiene?

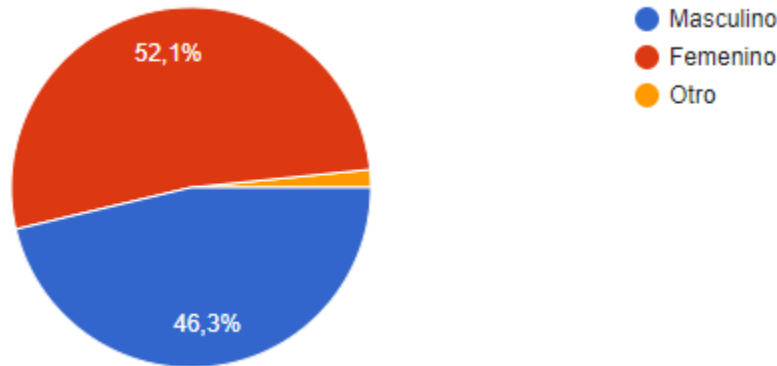


El gráfico muestra que el grupo de edad más grande de encuestados tiene entre 18 y 25 años (31,4 %), seguido del grupo de edad de 26 a 35 años (28,2 %). Los grupos de edad más pequeños son los de 36 a 45 años (21,8 %), 46 a 65 años (15,4%) y por último los mayores de 66 años.

Este resultado sugiere que el restaurante de comida saludable es más popular entre las personas de mediana edad y jóvenes. Esto puede deberse a una serie de factores, como la creciente conciencia de la importancia de una dieta saludable y la disponibilidad de opciones de comida sana más asequibles.

FIGURA 10. GENERO DE LOS ENCUESTADOS

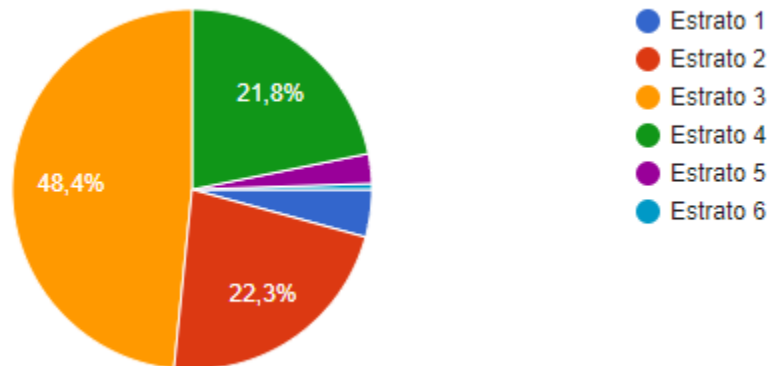
2. ¿Cuál es su género?



El gráfico muestra que el 52,1% de los encuestados son mujeres y el 46,3% son hombres. El 1,6% restante se identificó como otros. Este resultado sugiere que el restaurante de comida saludable es popular entre ambos géneros.

FIGURA 11. ESTRATO SOCIOECONÓMICO DE LOS ENCUESTADOS

1. ¿A cuál estrato socioeconómico pertenece?

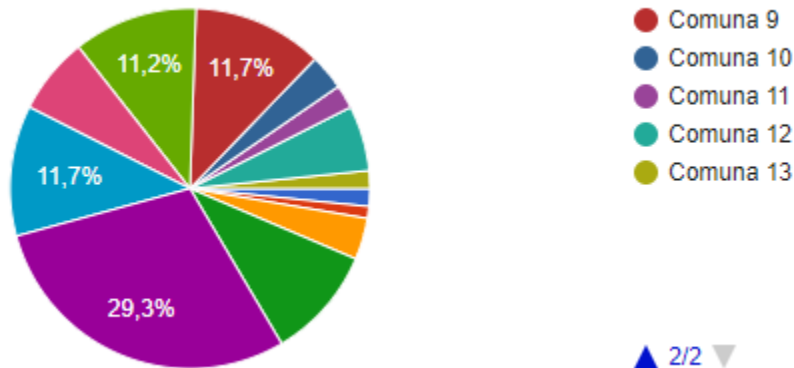
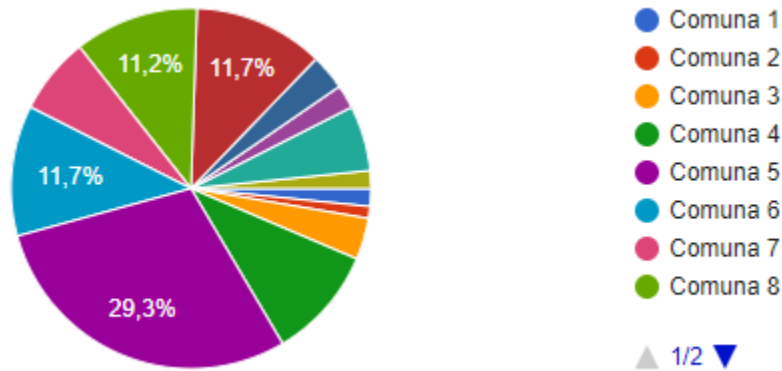


El gráfico indica que el estrato socioeconómico más predominante es el 3, con un 48,4% de los encuestados pertenecientes a este grupo. A continuación, el estrato 2 se presenta con un 22,8%, seguido de cerca por el estrato 4, que alcanza un 21,8%. El estrato 1 muestra una representación más modesta, con solo un 4,3%, mientras que los estratos 5 y 6 cuentan con un 2,7% y un 0,5% respectivamente. Esta información sugiere que la ubicación

del restaurante se alinea estrechamente con el público objetivo al que podría dirigirse con mayor éxito.

FIGURA 12. ¿A QUÉ COMUNA PERTENECE?

3. ¿A qué comuna pertenece?

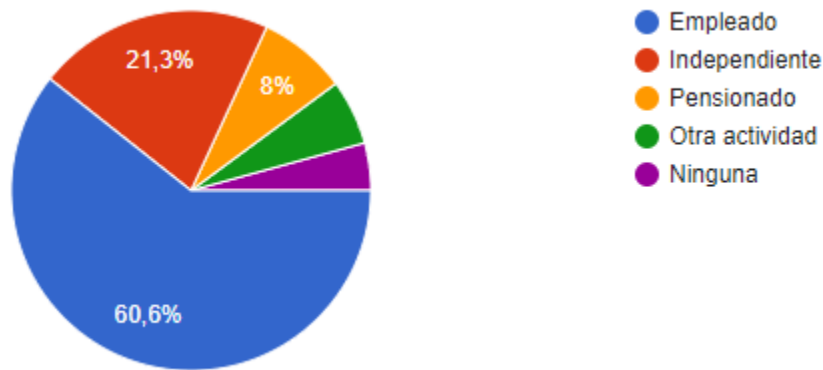


Las gráficas muestran el porcentaje de los 186 encuestados que residen en diferentes comunas de la ciudad de Ibagué. Destaca que la comuna 5 es la más densamente poblada, con un 29,3%, seguida de cerca por la comuna 6 y la comuna 9, ambas con un 11,7%.

Dado este análisis, se puede concluir que una ubicación estratégica para el restaurante podría ser la calle 60, que atraviesa la comuna 5 y, por ende, cuenta con una mayor concentración de posibles clientes. Esto permitiría maximizar tanto la accesibilidad como la visibilidad del negocio.

FIGURA 13. ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LOS ENCUESTADOS

4 ¿Qué actividad económica tiene actualmente?



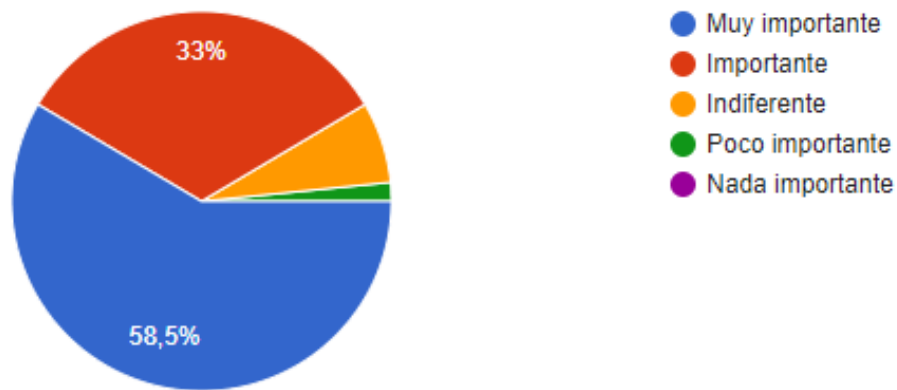
Según los datos obtenidos de la encuesta realizada a 186 residentes de la ciudad de Ibagué, se destaca que el 60,6% de los encuestados se identifican como empleados, mientras que el 21,3% son trabajadores independientes y el 8% son pensionados. El 10% restante se dedica a otras actividades económicas o no tiene una ocupación específica.

Estos resultados sugieren que el restaurante podría enfocarse en ofrecer opciones de comida saludable que sean convenientes para personas con agendas ocupadas, como los

empleados y trabajadores independientes. Además, podría considerar ofrecer opciones de comida saludable que sean fáciles de preparar y asequibles, ya que esto podría atraer a un segmento significativo de la población encuestada.

FIGURA 14. ¿QUÉ TAN IMPORTANTE ES PARA USTED CUIDAR DE SU ALIMENTACIÓN?

5. ¿Qué tan importante es para usted cuidar de su alimentación?

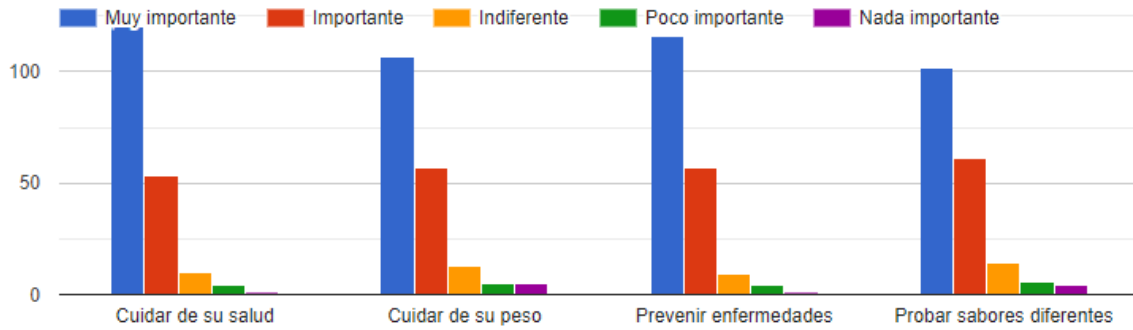


Según los resultados de la encuesta realizada a 186 personas en la ciudad de Ibagué, se revela que el 58,5% de los encuestados tienen una gran importancia al cuidado de su alimentación, mientras que un 33% lo considera importante, y el 8,5% restante muestra indiferencia o poco interés al respecto.

Estos datos permiten concluir que la mayoría de los encuestados están dispuestos a invertir más dinero en opciones de comida saludable. Por lo tanto, el restaurante podría centrarse en ofrecer opciones de comida saludable de alta calidad y atractivas para satisfacer las demandas de aquellos clientes que buscan mantener una dieta saludable.

FIGURA 15. ¿CUÁLES FACTORES LO MOTIVAN A COMER EN RESTAURANTES DE COMIDA SALUDABLE?

6. ¿Cuáles factores lo motivan a comer en restaurantes de comida saludable?

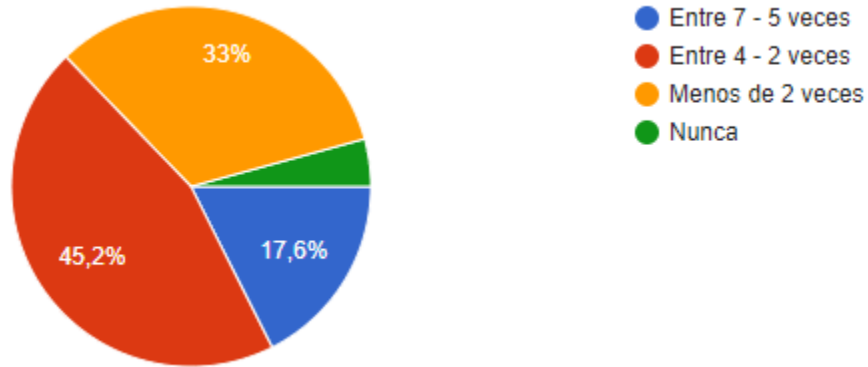


Basándonos en las respuestas obtenidas de los 186 encuestados de Ibagué, se puede inferir que, en líneas generales, los resultados indican que las personas que optan por consumir alimentos en restaurantes de comida saludable están motivadas por una variedad de factores, tal como se evidencia en la gráfica adjunta.

El restaurante puede atender las necesidades de este segmento demográfico haciendo hincapié en los beneficios para la salud de sus platillos, ofreciendo opciones de comida saludable que sean tanto deliciosas como atractivas, y promocionando el establecimiento como un lugar idóneo para descubrir y saborear nuevas experiencias culinarias.

FIGURA 16. ¿CON QUE FRECUENCIA USTED COME FUERA DE CASA EN UNA SEMANA PROMEDIO?

7. ¿Con que frecuencia usted come fuera de casa en una semana promedio

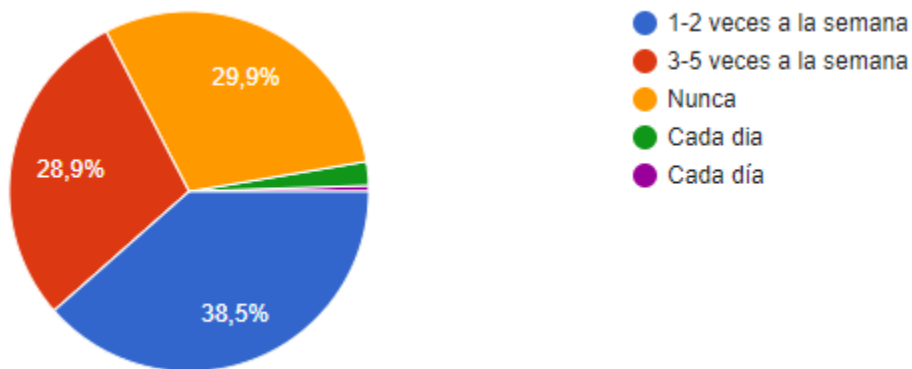


Según las respuestas recopiladas de la encuesta realizada a los 186 encuestados, se observa que el 33% de las personas comen fuera de casa menos de 2 veces por semana, el 45,2% lo hace entre 4 y 2 veces semanalmente, el 17,6% lo hace entre 7 y 5 veces, y el 4% nunca come fuera de casa.

Estos resultados indican una ventaja significativa, ya que la mayoría de los encuestados, al menos el 82,8%, comen fuera de casa al menos una vez a la semana.

FIGURA 17. ¿CON QUE FRECUENCIA USTED VISITARÍA NUESTRO RESTAURANTE DE COMIDA SALUDABLE?

8. ¿Con que frecuencia usted visitaría nuestro restaurante de comida saludable?

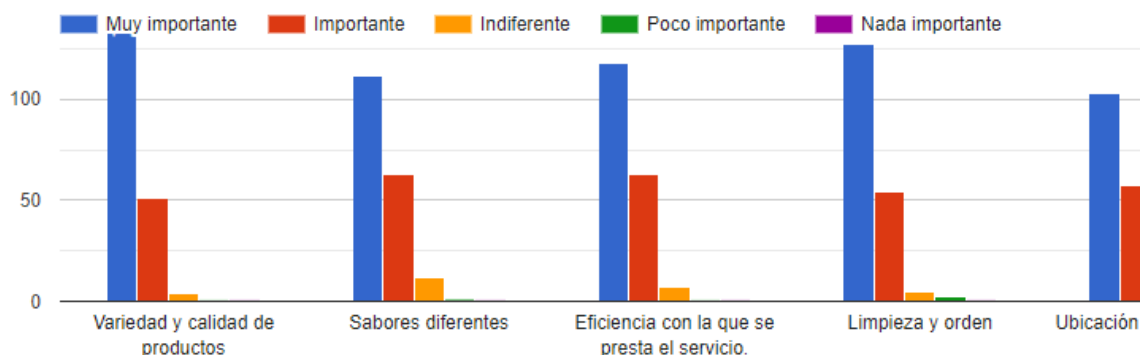


El gráfico revela que el 38,5% de las personas considerarían visitar el restaurante una o dos veces por semana, el 28,9% optaría por hacerlo de tres a cinco veces por semana, el 29,9% indicaría que visitaría el restaurante rara vez o nunca, y un pequeño 2,7% expresaría su intención de visitar el restaurante a diario.

Este resultado pone de manifiesto que la mayoría de las personas estarían dispuestas a visitar el restaurante de comida saludable con cierta frecuencia, lo cual se configura como un factor fundamental para el éxito del restaurante. Además, este proyecto puede verse favorecido por la creciente conciencia acerca de la importancia de una dieta saludable, la creciente disponibilidad de opciones de comida saludable a precios accesibles y la creciente demanda de experiencias gastronómicas únicas y saludables.

FIGURA 18. ¿CUÁL ES EL FACTOR MÁS IMPORTANTE QUE INFLUYE EN SU ELECCIÓN DE UN RESTAURANTE?

9. ¿Cuál es el factor más importante que influye en su elección de un restaurante?

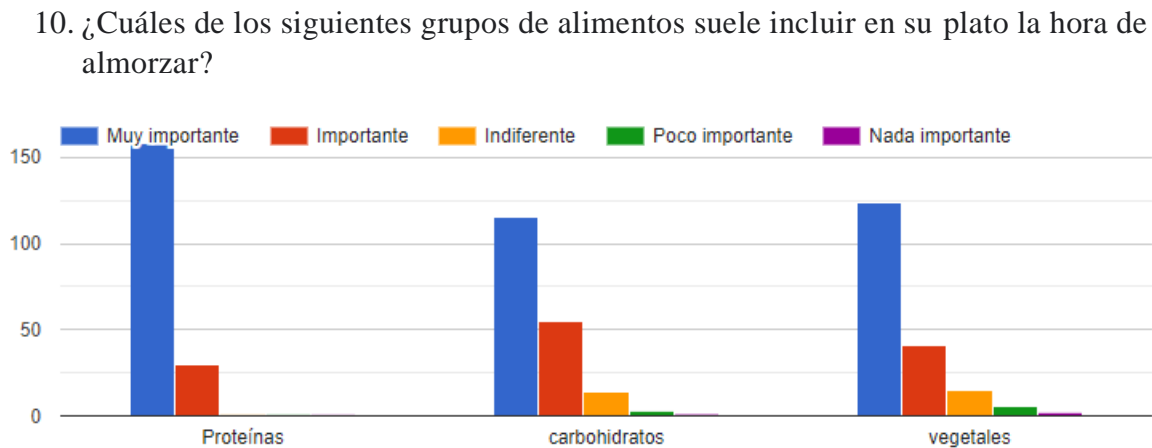


El gráfico revela claramente que, entre los 186 encuestados, el factor que ejerce la mayor influencia en la elección de un restaurante es la variedad y calidad de los productos. A este le sigue de cerca la importancia otorgada a la limpieza y el orden del establecimiento, así como a la eficiencia en la prestación del servicio. Además, la

diversidad de sabores y la ubicación también se destacan como elementos influyentes en la decisión.

Estos resultados indican que los consumidores buscan restaurantes que ofrezcan una experiencia gastronómica de alta calidad, con comida deliciosa y un servicio amable y eficiente. Asimismo, valoran la comodidad de la ubicación.

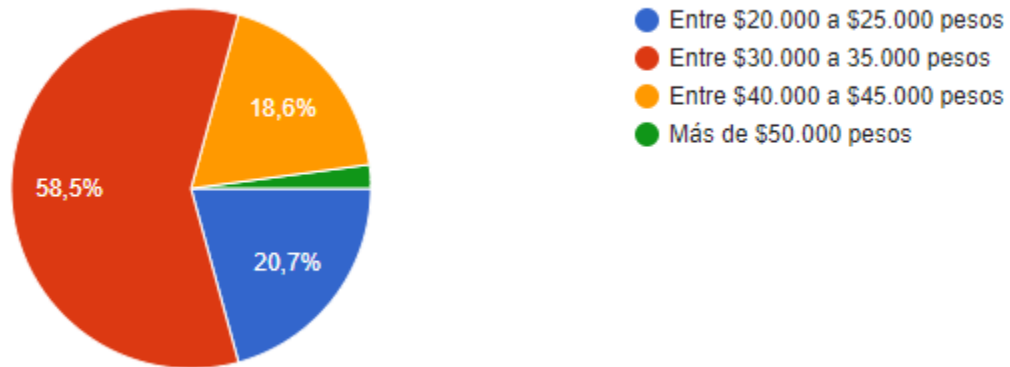
FIGURA 19. ¿CUÁLES DE LOS SIGUIENTES GRUPOS DE ALIMENTOS SUELE INCLUIR EN SU PLATO LA HORA DE ALMORZAR?



Los resultados muestran que las proteínas son el grupo de alimentos más importante para los encuestados, esto indica que los clientes están interesados en consumir alimentos que les proporcionen energía y nutrientes esenciales. En segundo lugar, se muestran los vegetales que demuestran el interés de los clientes por consumir alimentos que les proporcionen energía y nutrientes esenciales y por último encontramos los carbohidratos que son el grupo de alimentos menos importante para los encuestados. Sin embargo, siguen siendo importantes para proporcionar energía al cuerpo.

FIGURA 20. ¿QUÉ VALOR ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UNA COMIDA EN UN RESTAURANTE DE COMIDA SALUDABLE?

11. ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por una comida en un restaurante de comida saludable?

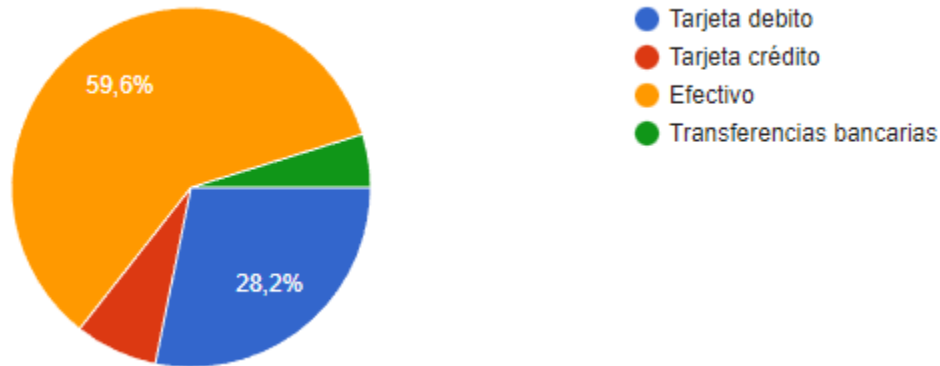


Los resultados muestran que el 58,5% de los encuestados está dispuesto a pagar entre \$30.000 y \$35.000 pesos por una comida en un restaurante de comida saludable. El 20,7% está dispuesto a pagar entre \$20.000 y \$25.000 pesos, el 18,6% está dispuesto a pagar entre \$40.000 \$45.000 pesos y el 2,1 % estaría dispuesto a pagar \$50.000.

Estos resultados son positivos y demuestran que los clientes están dispuestos a pagar un buen precio por su comida saludable.

FIGURA 21. ¿NORMALMENTE, QUE MÉTODO DE PAGO UTILIZA?

12. ¿Normalmente, que método de pago utiliza?

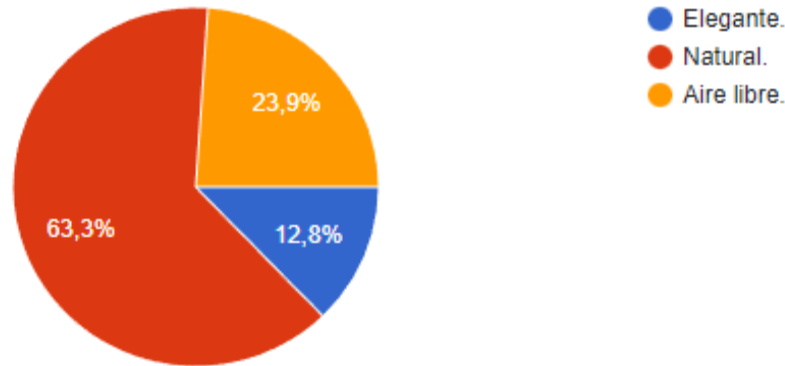


El gráfico muestra que los métodos de pago más populares son el efectivo y la tarjeta débito, con un 59,6 % y un 28,2 %, respectivamente. La tarjeta de crédito es el tercer método de pago más popular, con un 7, %.

Estos resultados sugieren que los consumidores siguen utilizando cada vez más como método de pago el efectivo, cabe resaltar que, gracias a los avances tecnológicos, es importante brindar facilidad en los métodos de pagos electrónicos con la finalidad de ayudar con la conveniencia y la seguridad de los clientes.

FIGURA 22. ¿QUÉ TIPO DE DECORACIÓN TE ATRAE MÁS EN UN RESTAURANTE DE COMIDA SALUDABLE?

13. ¿Qué tipo de decoración te atrae más en un restaurante de comida saludable?

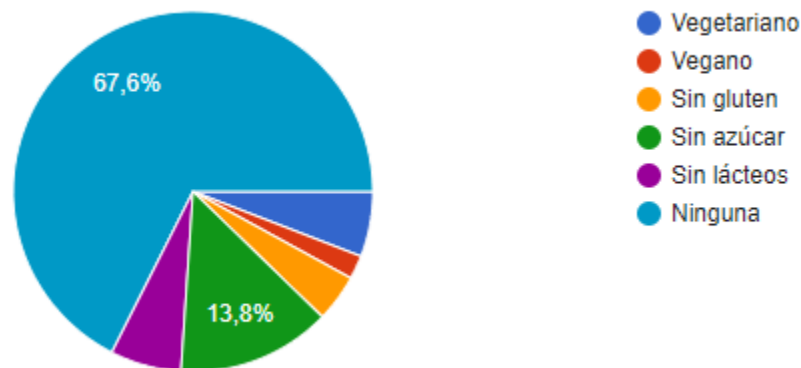


El gráfico muestra que el tipo de decoración más popular es la decoración "natural", con un 63,3 % de las personas que lo prefieren. Los otros tipos de decoración populares son la decoración "aire libre", con un 23,9 %, y la decoración "elegante", con un 12,8 %.

Estos resultados indican que los consumidores buscan restaurantes de comida saludable que tengan una decoración que sea acogedora y relajante, la decoración natural es popular porque se asocia con la salud y la sostenibilidad, y de esta manera logra brindar un espacio cómodo y acorde a la finalidad de este proyecto.

FIGURA 23. ¿TIENE ALGUNA RESTRICCIÓN ALIMENTARIA O PREFERENCIA DIETÉTICA?

14. ¿Tiene alguna restricción alimentaria o preferencia dietética?



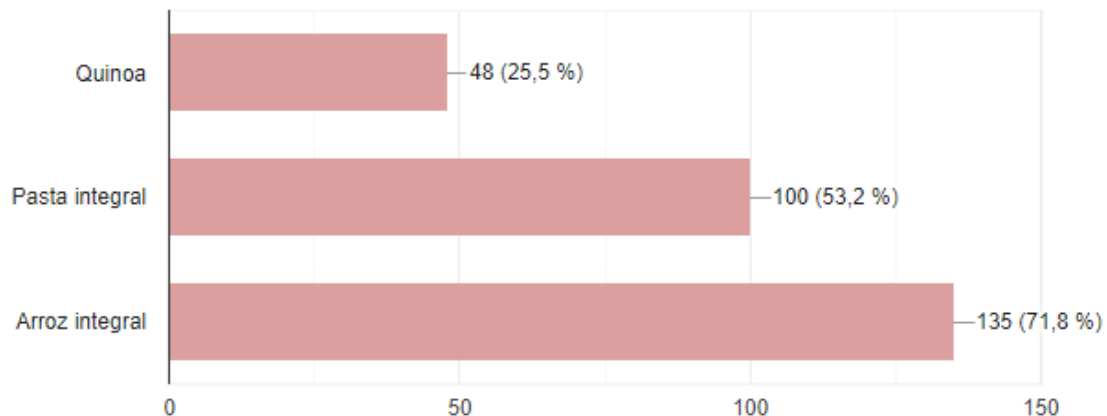
El gráfico muestra que el 67,6 % de las personas no tienen ninguna restricción alimentaria o preferencia dietética. El 13,8% indicó que tiene como restricción consumir alimentos sin azúcar, el 6,4 % sin lácteos, el 5,9% tiene una inclinación vegetariana, el 4,3 % sin gluten y el 2,1 % de los encuestados son veganos.

Estos resultados muestran que una parte de los posibles consumidores encuestados tienen necesidades dietéticas específicas. Es importante tener en cuenta estas necesidades para poder atender a una amplia gama de clientes.

Para dar soluciones a estas necesidades, se pueden realizar los siguientes procesos: Ofrecer opciones de menú que sean adecuadas para personas con diferentes restricciones alimentarias, Etiquetar claramente los ingredientes de los alimentos para que los consumidores puedan tomar decisiones informadas.

FIGURA 24. ¿CUÁLES SON SUS CARBOHIDRATOS FAVORITOS?

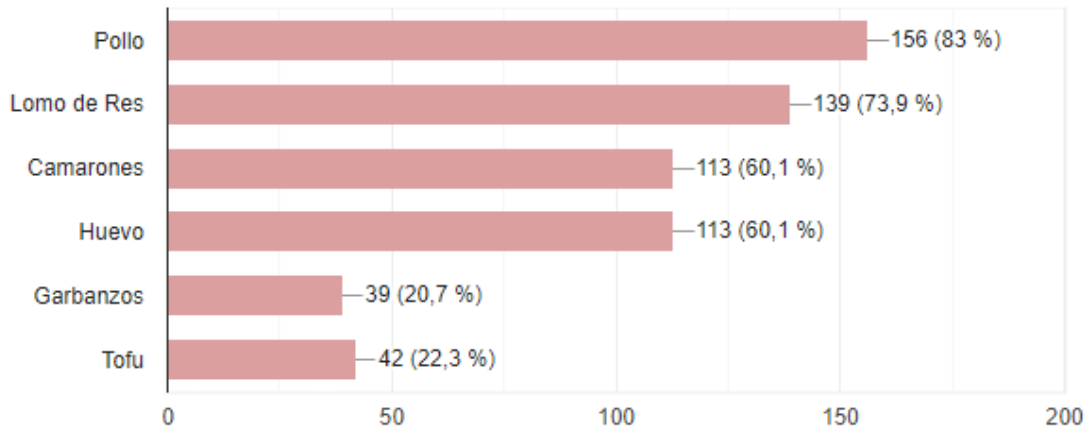
15. ¿Cuáles son sus carbohidratos favoritos?



Según el resultado de la encuesta el gráfico muestra que el carbohidrato favorito para los encuestados es el arroz integral con un 71,8%, en segundo lugar, está la pasta integral con un 53,2 % y por último la quínoa con un 25,5 %

FIGURA 25. ¿CUÁL SON SUS PROTEÍNAS FAVORITAS?

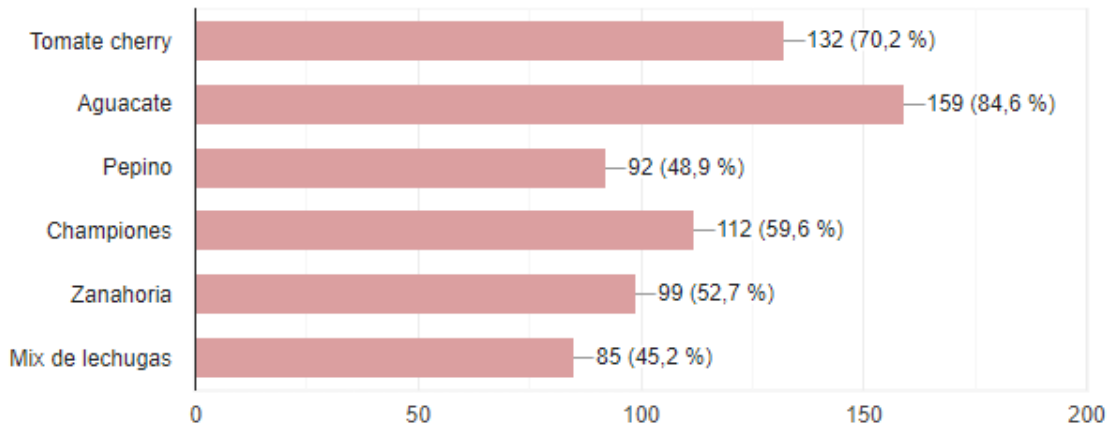
16. ¿Cuál son sus proteínas favoritas?



Según el resultado de la encuesta el gráfico muestra que la proteína favorita de los encuestados es el pollo con un 83%, en segundo lugar, está el lomo de res con un 73,9 %, en tercer lugar, están los camarones y el huevo con un 60,1 % y en los últimos lugares de preferencias están los garbanzos y el tofu con un 20,7 % y 22,3 %.

FIGURA 26. ¿CUÁLES SON SUS VEGETALES FAVORITOS?

17. ¿Cuáles son sus vegetales favoritos?

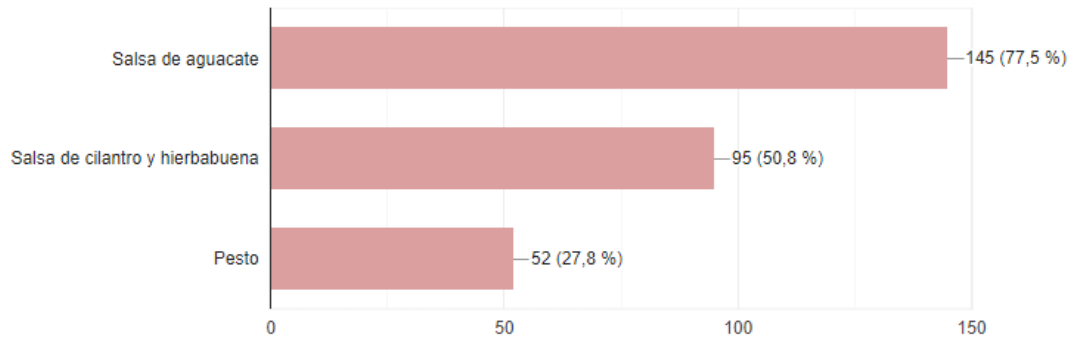


Según el resultado de la encuesta el gráfico muestra que el vegetal favorito de los encuestados es el aguacate con un 84,6%, en segundo lugar, está el tomate cherry con un

70,2%, en tercer lugar, están los champiñones con un 59,6%, en cuarto lugar, están las zanahorias y el pepino con un 52,7 % y 48,9%, y por último se obtuvo que el mix de lechuga obtuvo un nivel de preferencia de 45,2%.

FIGURA 27. ¿QUÉ ADEREZO PREFERIRÍA?

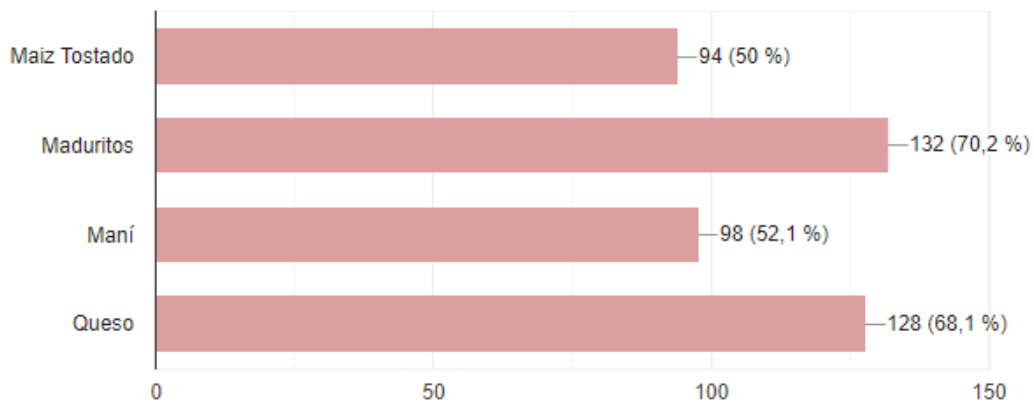
18. ¿Qué aderezo preferiría?



Según el resultado de la encuesta el gráfico muestra que el aderezo favorito de los encuestados es la salsa de aguacate con un 77,5%, en segundo lugar, está la salsa de cilantro y hierbabuena con un 50,8%, y en último lugar el aderezo pesto con un 27,8%.

FIGURA 28. ¿CUÁLES SON SUS TOPPINGS FAVORITOS?

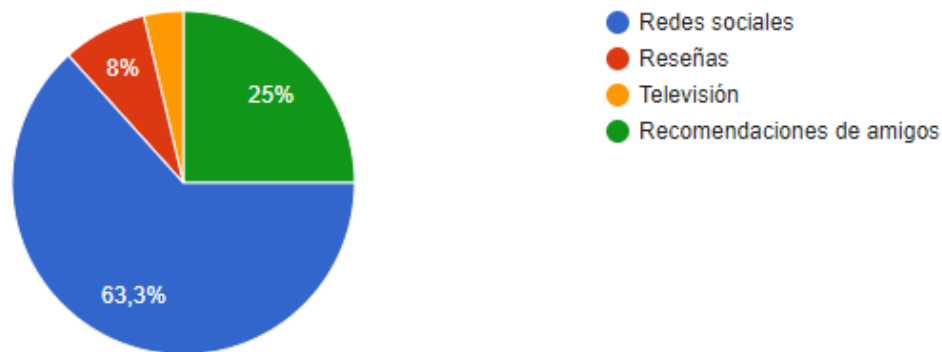
19. ¿Cuáles son sus toppings favoritos?



Según el resultado de la encuesta el gráfico muestra que el topping favorito de los encuestados son los maduritos con un 70,2%, en segundo lugar, está el queso con un 68,1%, en tercer lugar, el maní con un 52,1%, y en último lugar el maíz tostado con un 50%.

FIGURA 29. ¿CÓMO SUELE ENTERARSE DE NUEVOS RESTAURANTES?

20. ¿Cómo suele enterarse de nuevos restaurantes?



De acuerdo con los resultados obtenidos, un notable 63,3% de los encuestados descubre nuevos restaurantes a través de las redes sociales, lo que resalta la eficacia de este medio para alcanzar a un amplio público. En segundo lugar, un 25% de los encuestados se enteran de nuevos restaurantes a través de recomendaciones de amigos, lo que indica un alto nivel de satisfacción con el servicio ofrecido. Por último, un 8% de los encuestados descubre nuevos restaurantes a través de reseñas, subrayando así la importancia de las opiniones de los clientes en la generación de confianza y credibilidad en un establecimiento gastronómico.

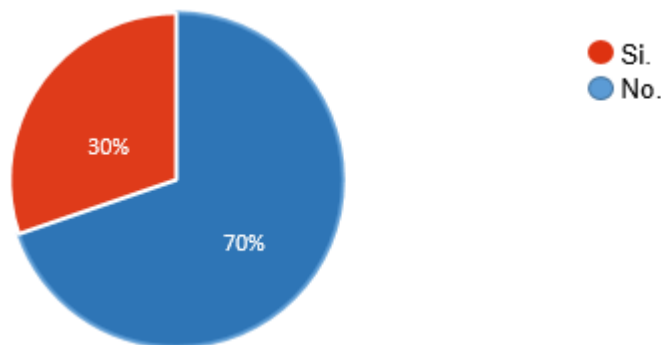
FIGURA 30. ¿QUÉ TIPO DE PROMOCIONES U OFERTAS LO ATRAEN PARA VISITAR UN RESTAURANTE NUEVO?

21. ¿Qué tipo de promociones u ofertas lo atraen para visitar un restaurante nuevo?



El gráfico muestra que las promociones más atractivas son los menús promocionales 1 vez a la semana (60,1%), seguido de los 50% de descuentos en cumpleaños (31,9 %) y los descuentos para grupos empresariales (8%).

22. ¿Visitarías nuestro restaurante?



Estos resultados señalan que existe un interés significativo por parte de las personas en economizar cuando deciden visitar un restaurante por primera vez. Los descuentos en las comidas emergen como una estrategia eficaz para atraer clientes hacia un establecimiento gastronómico recién inaugurado. Asimismo, los menús de degustación se presentan como una opción lúdica y atractiva para experimentar una variedad de platillos en un restaurante

nuevo. Por otro lado, la inclusión de ofertas de bebidas gratuitas surge como una manera efectiva de añadir valor a la experiencia culinaria.

11 Estudio técnico

11.1 Tamaño del proyecto

11.1.2 Estimación del tamaño del proyecto

$$T_o = D_o (1+r)^k$$

$$T_o = 6.743 (1 + 4.0\%)^5$$

$$T_o = 8.204$$

TABLA 57. ESTIMACIÓN DEL PROYECTO

Estimación del Proyecto		
Tamaño Recomendado (brecha de mercado)	To	8.204
Demanda actual	Do	6.743
Tasa de crecimientos del mercado	r	4.0%
Periodo optimo	k	5

Nota: Elaboración propia

11.1.3 Capacidad

TABLA 58. TAMAÑO DEL PROYECTO

Tamaño del Proyecto					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad diseñada	8.204	8.204	8.204	8.204	8.204
Capacidad Instalada	6.809	7.055	7.548	7.794	8.204
Capacidad Real	5.652	6.068	6.944	7.404	8.204
Utilización (%)	83%	86%	92%	95%	100%

Nota: Elaboración propia

El éxito del restaurante de comida saludable está marcado por una serie de desafíos iniciales que pueden influir en su desempeño y, específicamente, en su capacidad para

alcanzar ventas del 100%. Inicialmente, se proyecta un nivel de ventas del 83%. Sin embargo, estos obstáculos pueden superarse con el tiempo.

Los factores limitantes que influyen en esta proyección incluyen la competencia en el mercado, los costos asociados a la infraestructura y los gastos relacionados con la contratación y retención de personal calificado. La competencia en la industria de restaurantes puede ser intensa, y la presencia de otros establecimientos de comida saludable y cadenas de comida rápida puede dificultar la obtención de una cuota significativa del mercado al principio.

Además, los costos de infraestructura, como la elección de la ubicación y el espacio del restaurante, pueden aumentar los costos de alquiler y operativos. Esto influye directamente en la capacidad para alcanzar ventas del 100%. La inversión en equipos de alta calidad y suministros también agrega una carga financiera inicial.

La mano de obra calificada es otro desafío, ya que contratar y retener personal calificado a menudo implica pagar salarios competitivos. Los costos laborales pueden ser una parte significativa de los gastos iniciales.

Sin embargo, con el tiempo, el restaurante tiene la oportunidad de mejorar sus resultados. Esto se logra construyendo una base de clientes leales que valoran la calidad de la comida, diferenciándose de la competencia y optimizando los costos operativos. En consecuencia, después de 5 años de operación, es probable que se alcance un margen de ganancia más sólido que supere el 83%, lo que refleja el crecimiento y el éxito continuo del negocio.

11.2 Localización del producto

11.2.2 Preselección de la macro localización

Preselección de la macro localización

TABLA 59. PRESELECCIÓN DE LA MACRO LOCALIZACIÓN

Municipio	
A	Ibagué
B	Melgar
C	Espinal

Nota: Elaboración propia

11.2.3 Métodos de evaluación de la macro localización

Métodos de evaluación de la macro localización

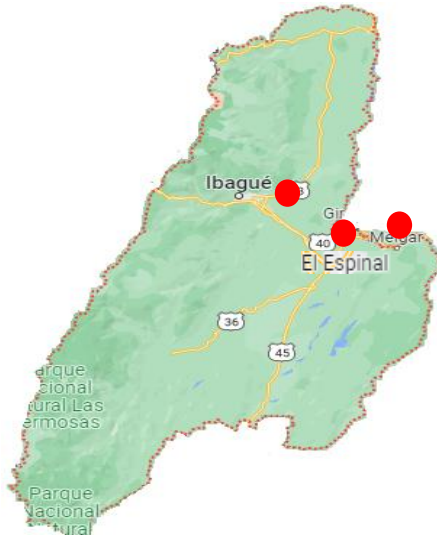
TABLA 60. EVALUACIÓN DE LA MACRO LOCALIZACIÓN

Factores determinantes del éxito	Peso	Ibagué		Espinal		Melgar	
		Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje
Vías de comunicación y medios de transporte	0,15	4	0,6	4	0,6	3	0,45
Infraestructura y servicios básicos	0,15	4	0,6	3	0,45	3	0,45
Clima	0,12	3	0,36	2	0,24	2	0,24
Tendencias geográficas del desarrollo	0,14	3	0,42	2	0,28	3	0,42
Tamaño y tecnología	0,15	4	0,6	3	0,45	2	0,3
Seguridad	0,15	3	0,45	1	0,15	2	0,3
Aspectos culturales	0,14	3	0,42	3	0,42	3	0,42
Total	1		3,45		2,59		2,58

Nota: Elaboración propia

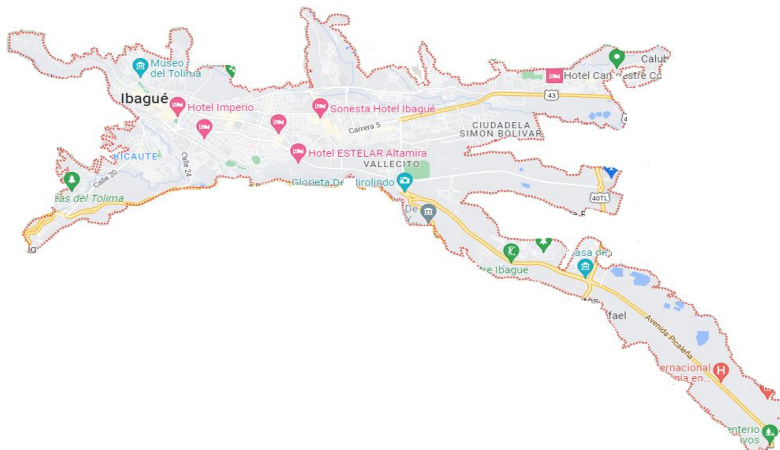
11.2.4 Macro localización

FIGURA 31. UBICACIONES EN EL MAPA DEL TOLIMA



Nota: Ilustración sacada de Google Maps

FIGURA 32. MAPA DE IBAGUÉ



Nota: Figura sacada de Google Maps

Según los resultados obtenidos por la evaluación de la macro localización, se evidencia que Ibagué se destaca como la ubicación más prometedora para el restaurante de comida saludable, ya que obtuvo una puntuación de 3.45. Esta información nos indica que los factores de éxito evaluados contribuyen a que la capital musical sea una ubicación estratégica que facilite el acceso a una amplia población y a viajeros que pasen por la ciudad. En cuanto

a Espinal y Melgar, aunque son localidades más pequeñas en comparación con Ibagué, con un clima más caliente, también tienen su atractivo como ubicaciones comerciales que podrían atraer a la comunidad local.

11.2.5 Preselección de los puntos de micro localización

TABLA 61. PRESELECCIÓN DE LOS PUNTOS DE MICRO LOCALIZACIÓN

Preselección de los puntos de micro localización

Dirección	
A	Calle 60 #7-36 distrito 60
B	Av. ambala calle 63
C	Carrera 14 ^a calle 144 – Salado

Nota: Elaboración propia

11.2.6 Métodos de evaluación de la micro localización

TABLA 62. EVALUACIÓN DE LA MICRO LOCALIZACIÓN

Evaluación de la micro localización

Factores determinantes del éxito	Valor r	Calle 60		Barrio Ambala		Salado	
		Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje
Vías de comunicación y medios de transporte	0,17	4	0,68	3	0,51	3	0,51
Infraestructura y servicios básicos	0,16	4	0,64	3	0,48	3	0,48
Visibilidad del local	0,18	4	0,72	4	0,72	3	0,54

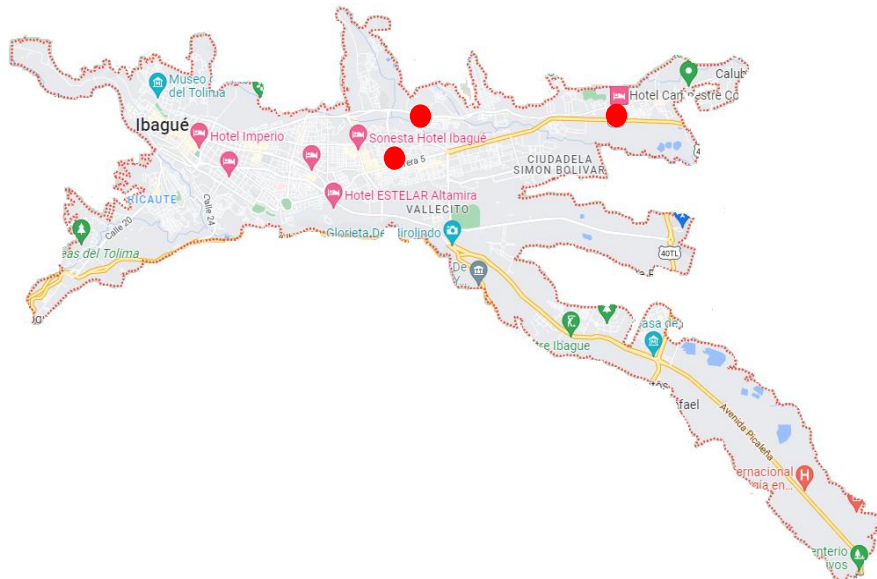
Desarrollo económico de la zona	0,17	3	0,51	3	0,51	3	0,51
Tamaño y tecnología	0,16	3	0,48	3	0,48	2	0,32
Seguridad	0,16	3	0,48	3	0,48	3	0,48
Total	1		3,51		3,18		2,84

Nota: Elaboración propia

11.2.7 Micro localización

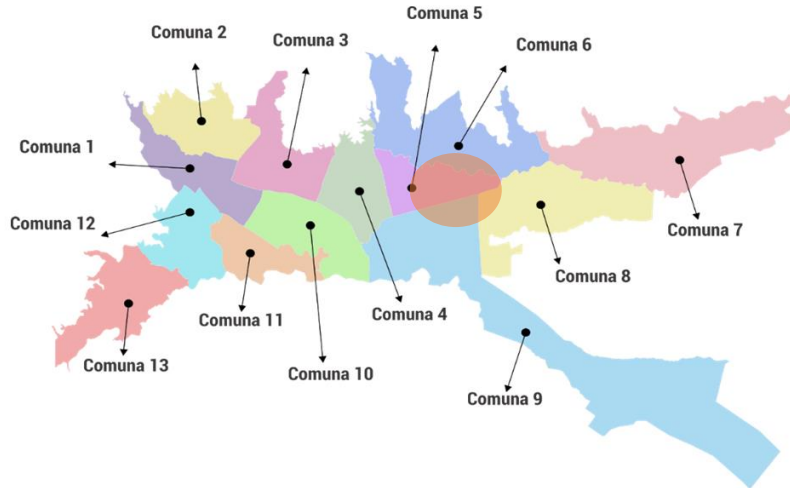
FIGURA 33. PUNTOS MICRO LOCALIZACIÓN

Micro localización



Nota: Ilustración sacada de Google Maps

FIGURA 34. MAPA DE IBAGUÉ- UBICACIÓN CALLE 60



Nota: Ilustración de internet.

En base a los resultados obtenidos por la evaluación de la micro localización, se logra apreciar que la ubicación con mayor captación de los factores de éxito evaluados es la calle 60 con una puntuación de 3,51, a pesar de que el barrio Ambala tuvo una puntuación por encima del 3,0, los datos de la tabla 62 confirman que la mejor elección para el restaurante es, sin lugar a dudas, la calle 60, por sus vías de comunicación y medios de transporte y visibilidad local, ya que es un sector comercial y muy concurrido.

11.3 Ingeniería del proyecto

11.3.2 El proceso del producto

TABLA 63. PROCESO DEL PRODUCTO

Selección del proceso productivo

Por Lotes: Es un enfoque de fabricación que implica la creación de grupos de productos similares en cantidades específicas antes de

avanzar a la producción de otro conjunto de productos. En el caso del restaurante, esto ayuda a acelerar el proceso de preparación de los alimentos y a mantener la eficiencia en la cocina, especialmente durante las horas pico.

Nota: Elaboración propia

11.3.3 Selección de tecnología, maquinaria y equipo

Selección de tecnología, maquinaria y equipo

TABLA 64. SELECCIÓN DE TECNOLOGÍA, MAQUINARIA Y EQUIPO

Tecnología, maquinaria o equipo	Especificación técnica	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Asador Plancha Industrial Hierro Fundido y Acero	Grande en platina de hierro. Sistema modular para conexión en serie, quemador indeformable en hierro, de alto rendimiento. Fabricada en acero inoxidable. Recolector de grasas. Encendido electrónico. Dimensiones: 50 x 44 x 22 cm. Plancha: 49 x 33 cm. Potencia: 30.000 BTU/h. A gas.	1	990.000	990.000

Plancha Sanduchera Oster	marca oster, modelo 3884, potencia: 1650 w, tipo de alimentación: eléctrica, con superficie antiadherente	1	269.900	269.900
Batería De Cocina Imusa Talent 5 Piezas + Plancha Para Asar	Cuenta con Termo Señal cambia de color e indica que está listo para empezar a cocinar, así conservas mejor la textura y nutrientes de los alimentos. Cuenta con el sello de Calidad IMUSA. Incluye: Olla 24cm / 4.7L con Tapa de Vidrio, Perol 18cm / 2L, Sartén 24cm, Plancha para Asar, 1 Tapa de Vidrio	2	339.800	339.800
Juego de cubiertos de acero inoxidable	Marca: Hiware, número de piezas: 48, Material: Acero inoxidable, Color: Plateado, Tipo de acabado: Pulido, Es resistente a las manchas y se puede lavar en el lavaplatos, Juego de cubiertos de 48 piezas para 8: incluye 8 tenedores de cena, 8 tenedores de ensalada, 8 cuchillos de cena, 8 cuchillos de carne, 8 cucharas de cena y 8 cucharillas de té	3	649.065	649.065

Juego de utensilios de cocina de acero inoxidable	1 cucharón, 1 desnatador, 1 volteador ranurado, 1 servidor de pasta, 1 cuchara de cocina, 1 triturador de patatas, 1 batidor de huevos, 1 cuchara ranurada, 1 pinza de cocina, 1 espátula plana, 1 espátula flexible, 1 pincel para untar, 5 tazas medidoras, 5 cucharas medidoras, 1 estante para utensilios de cocina con 14 ganchos en S extraíbles para utensilios.	2	463.388	463.388
Juego de pinzas de metal de alta temperatura, pinzas de cocina de acero inoxidable, pinzas de cocina, pinzas para carne, pinzas para pan.	Tamaño: juego de 4 piezas, 2 piezas de 9.1 in, 2 piezas de 11.8 in. Alta calidad, las pinzas de cocina están hechas de acero inoxidable, fuerte, resistente al calor, a la corrosión, peso ligero y fácil de operar.	1	124.417	124.417

Mesa de trabajo y preparación de acero inoxidable	Mesa ajustable y cómoda: Estante inferior ajustable de acero galvanizado y 4 patas de acero, puedes modificar la altura de la mesa como más te convenga.	1	1.099.472	1.099.472
Vaso medidor de 3 onzas/3.0 fl oz	Fácil de leer: mide y transporta fácilmente cantidades más pequeñas sin que se derramen; más estable que usar cucharas medidoras; perfectas para cocina.	1	93.925	93.925
Val cucine Horno tostador inteligente extra grande de 26.3 QT/25 L	10 funciones preestablecidas: en comparación con la "función única" de las freidoras de aire tradicionales, el horno tostador ofrece 10 funciones digitales preestablecidas: freír al aire, tostar, hornear, asar, hornear, recalentar, cocinar lentamente y deshidratar, aparato de 1750 vatios.	1	1.566.488	1.566.488

<p>Congelador Horizontal ELECTROLUX Dual 318 Litros</p>	<p>Capacidad interna de 316 litros, Gas ecológico refrigerante R600a, ayuda al medio ambiente, Incluye Llave de Seguridad, Ruedas 360°, Función de congelación rápida.</p>	<p>1</p>	<p>1.699.900</p>	<p>1.699.900</p>
<p>Refrigerador vertical</p>	<p>Fabricado en Acero Inoxidable - refrigerador ideal para almacenamiento - Tiene 4 rejillas en cada lado que se pueden graduar la altura (cremallera) Medidas: Frente 1,40 - Ancho: 2,13 - Profundo 0,76</p>	<p>1</p>	<p>5.000.000</p>	<p>5.000.000</p>

Campana extractora integrada con convertible canalizado/sin conductos	Flujo de aire máximo de 900 CFM, motor potente y ventilador de buen equilibrio, con un nivel de ruido máximo de 65 db. Elige entre modo silencioso, bajo, medio y alto para adaptarse a una variedad de alimentos y cocina. La función de apagado retardado de 3 minutos elimina eficazmente los humos nocivos residuales y protege tu salud.	1	2.744.290	2.744.290
Juego de vajilla de porcelana Delray Bone de 40 piezas	Juego de vajilla para 8: este juego de vajilla de 40 piezas incluye 8 de cada uno: plato de cena de 11 pulgadas, plato de ensalada de 9 pulgadas, cuenco de cereales de 6 pulgadas, cuenco de frutas de 4.25 pulgadas y taza de 14 onzas	3	3312552	3312552
Total, de la inversión total de tecnología, maquinaria y equipo				18.353.197

Nota: Elaboración propia

11.3.4 Selección de materia prima

TABLA 65. SELECCIÓN DE MATERIA PRIMA PARA BEBIDAS

Selección de materia prima para bebidas

Lista de materia prima	Cantidad necesaria por producto	Unidad de medida	Número de Unidades a producir	cantidad total de materia prima requerida
Sandía	100	Gramo	10.092	1.009.200 Gramos
Fresa	200	Gramo	10.092	2.018.400 Gramos
Piña	100	Gramo	10.092	1.009.200 Gramos
Mango	100	Gramo	10.092	1.009.200 Gramos
Maracuyá	100	Gramo	10.092	1.009.200 Gramos
Limón	4	Unidad	10.092	40.368 Unidades
Agua	1300	Mililitro	10.092	13.119.600 Mililitros
Endulzante	325	Gramo	10.092	3.279.900 Gramos
Hielo	40	Unidad	10.092	403.680 Unidades
Café	10	Gramos	10.092	100.920 Gramos

Nota: Elaboración propia

TABLA 66. SELECCIÓN DE MATERIA PRIMA PARA PLATOS FUERTES

Selección de materia prima para platos fuertes

Lista de materia prima	Cantidad necesaria por producto	Unidad de medida	Número de Unidades a producir	Cantidad total de materia prima requerida
Quínoa	300	Gramos	10.092	3.027.600 gramos
Pollo	600	Gramos	10.092	6.055.200 gramos
Espinacas	6	Unidad	10.092	60.552 unidades
Guacamole	25	Gramos	10.092	252.300 gramos
Frijoles negros	275	Gramos	10.092	2.775.300 gramos
Cebolla salteada	40	Gramos	10.092	403.680 gramos
Pimentón	10	Gramos	10.092	100.920 gramos
Maíz tierno	100	Gramos	10.092	1.009.200 gramos

Jalapeños	6	Unidad	10.092	60.552 unidades
Queso	200	Gramo	10.092	2.018.400 gramos
Nachos	75	Gramo	10.092	756.900 gramos
Aceite de oliva	115	Mililitro	10.092	1.160.580 mililitros
Arroz integral	400	Gramos	10.092	4.036.800 gramos
Garbanzos	250	Gramos	10.092	2.523.000 gramos
Lechuga Crespa	4	Unidad	10.092	40.368 unidades
Aguacate	12	Trozos	10.092	121.104 trozos
Tomate Cherry	200	Gramos	10.092	2.018.400 gramos
Carne de Res - lomo	600	Gramos	10.092	6.055.200 gramos
Cilantro	5	Gramos	10.092	50.460 gramos
Maní	80	Gramos	10.092	807.360 gramos
Pasta integral	500	Gramos	10.092	5.046.000 gramos
Camarones	320	Gramos	10.092	3.229.440 gramos
Pasta de tomate	10	Gramos	10.092	100.920 gramos
Ajo	10	Gramos	10.092	100.920 gramos
Cebolla	250	Gramos	10.092	2.523.000 gramos
Leche descremada	1 y ½	Taza	10.092	3.785 tazas
Limón	1	Unidad	10.092	10.092 unidades
Mix de lechuga	6	Unidad	10.092	60.552 unidades
Huevo	3	Unidad	10.092	30.276 unidades
Pepino	80	Gramos	10.092	807.360 gramos
Champiñones	90	Gramos	10.092	908.280 gramos

Zanahoria	70	Gramos	10.092	706.440 gramos
Maiz tostado	50	Gramos	10.092	504.600 gramos
Maduritos	100	Gramos	10.092	1.009.200 gramos
Fresa	100	Gramo	10.092	1.009.200 gramos
Mango	100	Gramo	10.092	1.009.200 gramos
Salsa de aguacate	100	Mililitros	10.092	1.009.200 mililitros
Salsa de cilantro y Hierbabuena	100	Mililitros	10.092	1.009.200 mililitros
Presto	15	Gramos	10.092	151.380 gramos

Nota: Elaboración propia

TABLA 67. SELECCIÓN DE MATERIA PRIMA PARA ENTRADAS

Selección de materia prima para entradas

Lista de materia prima	Cantidad necesaria por producto	Unidad de medida	Número de Unidades a producir	Cantidad total de materia prima requerida
Papas	120	Gramos	2.523	302.760 gramos
Mayonesa light	10	Gramos	2.523	25.230 gramos
Cilantro	5	Gramos	2.523	12.615 gramos
Ajo	3	Gramos	2.523	7.569 gramos
Perejil	8	Gramos	2.523	20.184 gramos
Yogurt griego	30	Gramos	2.523	75.690 gramos
Aceite de oliva	5	Mililitros	2.523	12.615 mililitros
Cebolla	100	Gramos	2.523	252.300 gramos
Balsámico	100	Gramos	2.523	252.300 gramos
Baguette	4	Rodajas	2.523	10.092 rodajas
Queso	5	Trozos	2.523	12.615 trozos
Sal	5	Gramos	2.523	12.615 gramos
Pimienta	3	Gramos	2.523	7.569 gramos

Nota: Elaboración propia

TABLA 68. SELECCIÓN DE MATERIA PRIMA PARA TORTAS

Selección de materia prima para tortas

Lista de materia prima	Cantidad necesaria por producto	Unidad de medida	Número de Unidades a producir	Cantidad total de materia prima requerida
Bananos	3	Unidad	2.530	7.590 unidades
Arándanos	½	Taza	2.530	1262 tazas
Huevos	4	Unidad	2.530	10120 unidades
azúcar de coco	15	gramo	2.530	37.950 gramos
Harina de avena	3	Taza	2.530	7.590 tazas
Vainilla	10	gramo	2.530	25.300 gramos
Canela en polvo	20	gramo	2.530	50.600 gramos
Yogurt griego	¼	Taza	2.530	1.892 tazas
Nuez	60	Gramos	2.530	151.800 gramos
Endulzante	15	Gramos	2.530	37.950 gramos
Vainilla	10	Gramos	2.530	25.300 gramos
Polvo para hornear	6	Gramos	2.530	15.180 gramos
Sal	5	Gramo	2.530	12.650 gramos
Ralladura de zanahoria	300	Gramos	2.530	759.000 gramos

Nota: Elaboración propia

11.3.5 Descripción del proceso de producción

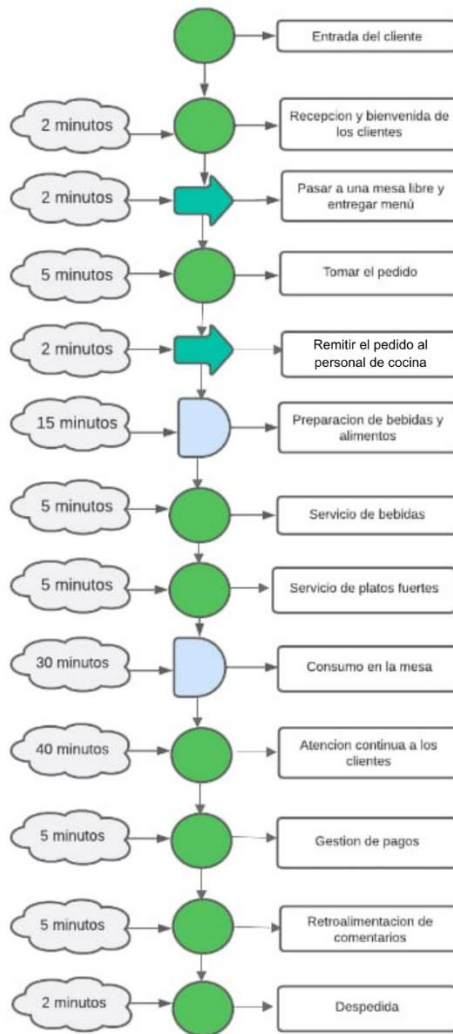
SECUENCIA	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE (S)
1	RECEPCION Y BIENVENIDA A LOS CLIENTES	El administrador recibirá a los clientes con una sonrisa y saludo amable, para asignar una mesa o asiento apropiado y posteriormente entregar el menú; brindando información sobre los platos y opciones saludables disponibles.	Administrador
2	TOMAR EL PEDIDO	El mesero tomará el pedido de los clientes de manera precisa, si es posible, brindará recomendaciones de platos saludables según las preferencias y las restricciones dietéticas del cliente, registrando cualquier solicitud especial o modificación.	Mesero
3	REMITIR EL PEDIDO PARA PREPARACION DE LOS ALIMENTOS AL PERSONAL DE COCINA	El mesero comunicara los pedidos a el cocinero de manera clara. El chef y el cocinero serán responsables de preparar los platos siguiendo las recetas y estándares de calidad.	Chef y cocinero
4	SERVICIO DE BEBIDAS	El mesero llevará de manera atenta las bebidas a los clientes.	Mesero
5	SERVICIO DE LOS PLATOS FUERTES	El mesero, llevará los platos desde la cocina hasta la mesa, colocándolos frente a los comensales, para explicar brevemente lo que se está sirviendo.	Mesero
6	ATENCION CONTINUA A LOS CLIENTES	El personal de servicio, mesero y administrador, estarán disponibles para responder preguntas y atender las necesidades de los clientes durante la comida.	Mesero y Administrador
7	GESTION DE PAGOS	El cajero se encargará de entregar la factura y procesar los pagos de manera segura y eficiente. Ofreciendo varias opciones de pago, como tarjetas de crédito o débito, efectivo y pagos móviles.	Cajero
8	DESPEDIDA	El mesero agradecerá a los clientes por su visita y recogerá y limpiará la mesa de manera rápida y discreta.	Mesero
9	RETROALIMENTACION DE COMENTARIOS	El administrador solicitará retroalimentación a los clientes sobre su experiencia en el restaurante. Registrará los comentarios y sugerencias para su revisión y posible implementación de mejoras.	Administrador

Nota: Elaboración propia

11.3.6 Diagrama de proceso

Diagrama del proceso

FIGURA 35. DIAGRAMA DEL PROCESO

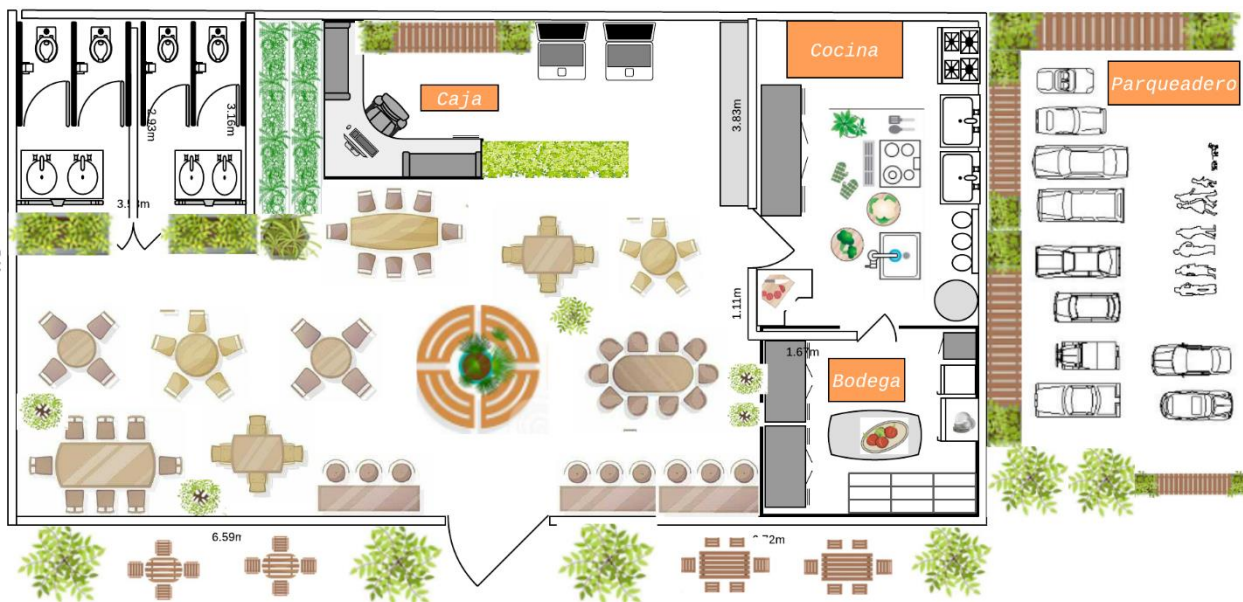


Nota: Elaboración propia

11.3.7 Distribución de la planta

La distribución de la planta en un restaurante es esencial para el funcionamiento eficiente y exitoso del negocio, ya que nos permite tener eficiencia en el servicio, reducir los costos operativos, optimizar el flujo de trabajo y poseer ambiente y estética.

FIGURA 36. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



Nota: Elaboración propia.

12 Estudio Organizacional

12.1 Filosofía Organizacional

12.1.2 Misión

Ser líderes en la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes, con alimentos y bebidas saludables, brindando atributos de confianza, cercanía y valor agregado; desarrollando nuestro servicio a partir de los talentos y los valores de nuestros colaboradores, para ofrecer momentos inolvidables y servicios gastronómicos de alta calidad.

12.1.3 Visión

Para el año 2028, Artisan Food se proyecta como una organización de referencia, reconocida por su liderazgo, competitividad, innovación y un profundo compromiso el bienestar de la comunidad ibaguereña. Nuestros productos y servicios serán la elección preferida de los consumidores, no solo por su excelencia en calidad, sino también por su contribución activa al cuidado de la salud. Nos esforzaremos por ser líderes en la promoción de hábitos alimenticios saludables, brindando opciones deliciosas y nutritivas que empoderen a las personas a llevar un estilo de vida equilibrado.

12.1.4 Valores corporativos

- ✓ Empatía.
- ✓ Honestidad.
- ✓ Humildad.
- ✓ Esfuerzo y dedicación.
- ✓ Calidad en todo proceso.
- ✓ Humanidad.

12.1.5 Políticas institucionales

- ✓ Política de no alcohol y no uso sustancias psicoactivas.
- ✓ Política de calidad
- ✓ Política de gestión del talento humano

- ✓ Política de brindar trato justo y esmerado a todos los clientes en sus solicitudes y reclamos.
- ✓ Política de comportamiento ético
- ✓ Política de ofrecer precios accesibles que causen atracción al cliente
- ✓ Política de capacitación para el personal que ingresa nuevo en el restaurante.
- ✓ Política de cumplimiento ARL y seguro de salud.

12.1.6 Objetivos corporativos

- ✓ Atraer y mantener un promedio de 100 visitantes diarios a nuestro restaurante de comida saludable en Ibagué durante el segundo trimestre, utilizando estrategias de marketing, promoción local y colaboraciones para lograr un crecimiento sostenible y medible en la afluencia de clientes.
- ✓ Obtener la certificación de restaurante saludable de una entidad reconocida dentro de los primeros 12 meses, demostrando nuestro compromiso con la salud y el bienestar de nuestros clientes.
- ✓ Posicionar el restaurante como destino preferido de comida saludable en la ciudad de Ibagué dentro de los próximos 2 años, realizando seguimientos al mercado, a el número de clientes y a las reseñas positivas, para el crecimiento sostenible del negocio.
- ✓ Recuperar la inversión inicial realizada en el restaurante de comida saludable en un período de 3 años desde la fecha de apertura, realizando un seguimiento de los

ingresos y gastos mensuales, así como el flujo de efectivo para evaluar el progreso hacia la recuperación de la inversión.

12.2 Estructura legal

12.2.2 Constitución y legalización de la organización

TABLA 69. CONSTITUCIÓN Y LEGALIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

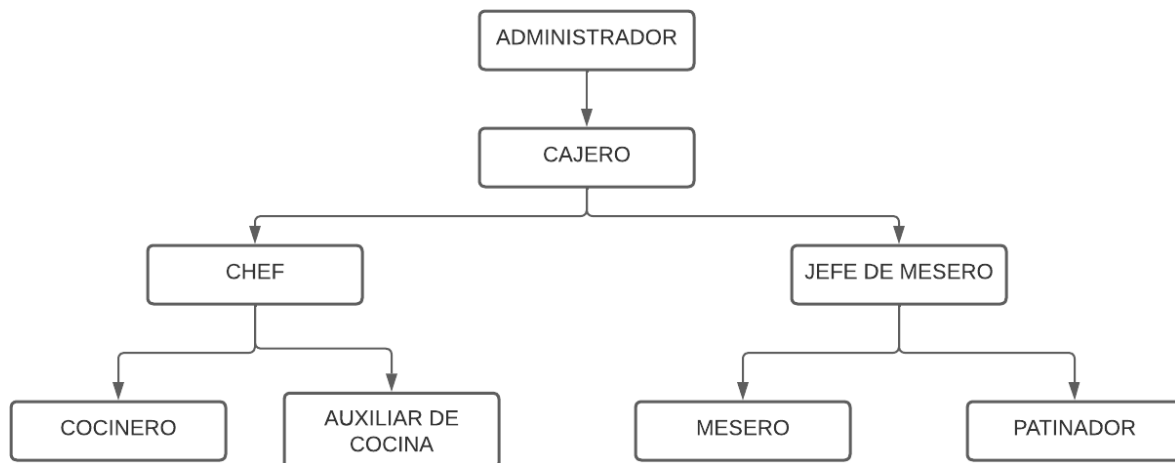
Razón Social	Artisan Food S.AS
RUT	900290287-7
Forma Jurídica	Sociedad por acciones simplificadas
Domicilio social	Calle 60 #7-36 distrito 60
% Desembolsado	Pendiente
Ampliación prevista	N/A
Fecha de ampliación	N/A
Participación capital extranjero	N/A
Relación de socios	40 % Rogelio Parra – 60% Valentina Saavedra
Objeto social	Vender productos que ayuden a los clientes a generar un buen hábito de alimentación y reemplazar aquellas comidas perjudiciales para la salud con comidas que sean ricas y diferentes a las habituales de forma saludable
Órganos de administración y gestión	Juntas directivas y asambleas generales.

Nota: Elaboración propia

12.3 Estructura Administrativa

12.3.1 Diseñar el organigrama

FIGURA 37. ORGANIGRAMA



Nota: Elaboración propia

12.4 Descripción de las funciones

TABLA 70. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Nombre del Cargo	Dependencia	Jefe Inmediato	Personas a Cargo	Funciones
Administrador	Comercial y operativa	Propietario	7	Seguimiento del servicio al cliente para implementar la mejora continua. Revisar políticas de funcionamiento con el fin de sugerir cambios y mejoras. Supervisar el abrir y cerrar cajas diariamente para asegurar la contabilidad. Solucionar quejas y reclamos de los clientes y actuar de intermediario. Coordinar las áreas operativas para el adecuado funcionamiento logístico y funcional. Recolectar y formalizar las sugerencias de los clientes para su respectiva evaluación e implementación

Cajero	Operativa	Administrador	6	<p>Coordinación, logística de la cocina, preparación y despacho de los platos y pedidos.</p> <p>Revisar los pedidos de los insumos y el adecuado almacenamiento.</p> <p>Control de calidad de productos e insumos al pie de los estándares establecidos.</p> <p>Supervisar y dirigir manipulación de alimentos y elementos de la concina y despacho.</p>
Chef	Operativa	Administrador	2	<p>Coordinación, logística de la cocina, preparación y despacho de los platos y pedidos.</p> <p>Revisar los pedidos de los insumos y el adecuado almacenamiento.</p> <p>Control de calidad de productos e insumos al pie de los estándares establecidos.</p> <p>Supervisar y dirigir manipulación de alimentos y elementos de la concina y despacho.</p>
Cocinero	Operativa	Chef	0	<p>Preparar, cocinar y presentar los diferentes tipos de platos.</p> <p>Mantener organizada y aseada la cocina</p> <p>Mantener el control de calidad de productos e insumos al pie de los estándares establecidos.</p>
Auxiliar de cocina	Operativa	Chef	0	<p>Lavar los platos a medida que se vayan trayendo nuevamente a la cocina y apoyar en la cocina cuando la operación lo requiera</p>
Jefe de mesero	Operativa	Administrador	2	<p>Realizar horarios equitativos de los meseros.</p> <p>Realizar acomodación de eventos.</p> <p>Supervisar el buen servicio de los meseros con los clientes.</p> <p>Recibir, ubicar, tomar pedidos y entregar los platos y bebidas en la mesa a los clientes.</p>
Mesero	Operativa	Jefe de mesero	0	<p>Mantener organizado y aseado todo el local.</p> <p>Contribuir con la buena presentación y el buen servicio al cliente.</p>

				Recibir, ubicar, tomar pedidos y entregar los platos y bebidas en la mesa a los clientes.
Patinador	Operativa	Jefe de mesero	0	Mantener organizado y aseado todo el local. Contribuir con la buena presentación y el buen servicio al cliente. Apoyo en recibir, ubicar, tomar pedidos y entregar los platos y bebidas en la mesa a los clientes. Retirar los platos de las mesas.

Nota: Elaboración propia

12.4.1 Administración de personal

12.4.1.1 Requisitos para ocupar los cargos y funciones específicas

TABLA 71. REQUISITOS PARA OCUPAR LOS CARGOS Y FUNCIONES ESPECIFICAS

Cargo	Formación	Conocimientos		Experiencia	
		Técnico/ Especializado	Ofimáticos	General	Específica
Administrador	Profesional o en formación profesional	Carrera técnica o profesional con fines administrativos, financieros y operativos.	Manejo básico de herramientas ofimáticas y de nuevas tecnologías que sean aplicadas a la operación de los restaurantes orientados al control de calidad.	1 año de experiencia en administración general de una empresa.	1 año de experiencia en empresas de alimentos y sector de los restaurantes.
Cajero	Bachiller o técnico	Bachiller o técnico orientado al manejo de sistemas de facturación.	Manejo básico de las herramientas ofimáticas y sistemas de pos.	6 meses en manejo de caja y facturación.	6 meses en control y dirección de toma de pedidos y manejo de personal.

Chef	Técnico	Técnico profesional en cocina	o en	Manejo básico de herramientas ofimáticas.	6 meses de manejo en cocinas de restaurantes.	6 meses en preparación de alimentos en alta calidad con ingredientes saludables, con manejo de personal.
Cocinero	Bachiller o técnico	Estudios básicos en preparación de bebidas y alimentos.	o	Manejo básico de herramientas ofimáticas.	6 meses en preparación de alimentos en restaurantes.	6 meses en preparación de alimentos en restaurantes.
Jefe de mesero	Bachiller o técnico	Bachiller técnico	o	Manejo básico de herramientas ofimáticas.	3 meses de experiencia en atención al cliente.	3 meses de experiencia en atención al cliente y manejo de personal.
Mesero	Bachiller	Bachiller		Manejo básico de herramientas ofimáticas.	3 meses de experiencia en restaurantes y atención al cliente.	3 meses de experiencia en restaurantes y atención al cliente.
Patinador	Bachiller	Bachiller		N/a.	3 meses de experiencia en atención al cliente.	3 meses de experiencia en atención al cliente y manejo de personal.
Auxiliar de cocina	Bachiller	Bachiller		N/a.	6 meses en preparación de alimentos en restaurantes.	6 meses en preparación de alimentos en restaurantes.

Nota: Elaboración propia

13. Reclutamiento y contratación

TABLA 72. RECLUTAMIENTO Y CONTRATACIÓN

Reclutamiento y contratación

Actividad	Descripción
Medios para la convocatoria	Redes sociales, canales radiales y de tv en la ciudad de Ibagué, periódicos y revistas.
Evaluación	Entrevistas, pruebas de capacidades, cuestionario de capacidad y ejercicios de simulación.
Selección	Entrevistas, pruebas psicométricas, exámenes, pruebas de actitud y personalidad.
Contratación	Obra labor, trabajo a término fijo, temporal.
Inducción y capacitación	3 días de capacitación e introducción corporativa, donde se dará a conocer todos los intereses y objetivos de la empresa y se explicará de forma práctica cada una de las funciones de los cargos a desempeñar.

Nota: Elaboración propia

13.1 Bienestar laboral

TABLA 73. BIENESTAR LABORAL

Bienestar laboral

Beneficios	Políticas y condiciones	Presupuesto anual
Cena día de la familia	Solo podrán asistir los empleados y sus núcleos familiares máximo 4 personas y se servirán platos previamente seleccionados por los directivos del restaurante.	\$800.000
Día libre por cumpleaños	Se dará día libre respetando el compensatorio de esa misma semana, el día se dará dentro un lapso de tiempo de 15 días hábiles, y estará	Día de descanso remunerado (promedio \$50.000)

	sujeto a la necesidad de la empresa.	
Integración fin de año	Se realizará una integración con actividades acordadas entre todos los empleados bajo un presupuesto anteriormente autorizado.	\$500.000
Compartir cumpleaños	Se dará una torta por mes para celebrar los cumpleaños de todas las personas que cumplan en un mismo mes.	\$50.000
Total		\$1.400.000

Nota: Elaboración propia

14. Modulo Financiero

14.1 Proyección de ventas por mes

Estimación del Proyecto

Tamaño Recomendado (brecha de mercado)	To	8204
Demanda actual	Do	6743
Tasa de crecimientos del mercado	r	4%
Periodo optimo	k	5

TABLA 74. PROYECCIÓN DE VENTAS POR MES – BEBIDAS

Categoría bebidas		273			
Temporalidad	Mes	Ocupación	Unidades	Precio	Total
Alta	ENERO	88%	241	57.458	13.827.121
Baja	FEBRERO	40%	109	57.458	6.285.055
Media	MARZO	63%	172	57.458	9.898.962
Media	ABRIL	63%	172	57.458	9.898.962
Alta	MAYO	88%	241	57.458	13.827.121

Alta	JUNIO	88%	241	57.458	13.827.121
Media	JULIO	63%	172	57.458	9.898.962
Baja	AGOSTO	40%	109	57.458	6.285.055
Media	SEPTIEMBRE	63%	172	57.458	9.898.962
Baja	OCTUBRE	40%	109	57.458	6.285.055
Media	NOVIEMBRE	63%	172	57.458	9.898.962
Alta	DICIEMBRE	88%	241	57.458	13.827.121
	Total		2.152		123.658.461

Nota: Elaboración propia

TABLA 75. PROYECCIÓN VENTAS POR MES – TORTAS

Categoría tortas 68

Temporalidad	Mes	Ocupación	Unidades	Precio	Total
Alta	ENERO	88%	60	7.874	473.715
Baja	FEBRERO	40%	27	7.874	215.325
Media	MARZO	63%	43	7.874	339.137
Media	ABRIL	63%	43	7.874	339.137
Alta	MAYO	88%	60	7.874	473.715
Alta	JUNIO	88%	60	7.874	473.715
Media	JULIO	63%	43	7.874	339.137
Baja	AGOSTO	40%	27	7.874	215.325
Media	SEPTIEMBRE	63%	43	7.874	339.137
Baja	OCTUBRE	40%	27	7.874	215.325
Media	NOVIEMBRE	63%	43	7.874	339.137

Alta	DICIEMBRE	88%	60	7.874	473.715
	Total		538		4.236.515

Nota: Elaboración propia

TABLA 76. PROYECCIÓN VENTAS POR MES - PLATOS FUERTES

Categoría platos fuertes 273

Temporalidad	Mes	Ocupación	Unidades	Precio	Total
Alta	ENERO	88%	241	142.373	34.261.700
Baja	FEBRERO	40%	109	142.373	15.573.500
Media	MARZO	63%	172	142.373	24.528.263
Media	ABRIL	63%	172	142.373	24.528.263
Alta	MAYO	88%	241	142.373	34.261.700
Alta	JUNIO	88%	241	142.373	34.261.700
Media	JULIO	63%	172	142.373	24.528.263
Baja	AGOSTO	40%	109	142.373	15.573.500
Media	SEPTIEMBRE	63%	172	142.373	24.528.263
Baja	OCTUBRE	40%	109	142.373	15.573.500
Media	NOVIEMBRE	63%	172	142.373	24.528.263
Alta	DICIEMBRE	88%	241	142.373	34.261.700
	Total		2.152		306.408.614

Nota: Elaboración propia

TABLA 77. PROYECCIÓN VENTAS POR MES - ENTRADAS

Categoría entradas 68

Temporalidad	Mes	Ocupación	Unidades	Precio	Total
--------------	-----	-----------	----------	--------	-------

Alta	ENERO	88%	60	29.005	1.744.995
Baja	FEBRERO	40%	27	29.005	793.179
Media	MARZO	63%	43	29.005	1.249.258
Media	ABRIL	63%	43	29.005	1.249.258
Alta	MAYO	88%	60	29.005	1.744.995
Alta	JUNIO	88%	60	29.005	1.744.995
Media	JULIO	63%	43	29.005	1.249.258
Baja	AGOSTO	40%	27	29.005	793.179
Media	SEPTIEMBRE	63%	43	29.005	1.249.258
Baja	OCTUBRE	40%	27	29.005	793.179
Media	NOVIEMBRE	63%	43	29.005	1.249.258
Alta	DICIEMBRE	88%	60	29.005	1.744.995
	Total		538		15.605.806

Nota: Elaboración propia

14.2 Presupuesto de ventas proyectado anualmente

TABLA 78. TOTAL, DE CRECIMIENTO PROYECTADO ANUALMENTE

VENTAS	\$	IPC	%	Política de Ventas	Total % Crecimiento
					0
AÑO 1		2024	5,9%	5%	10,9%
AÑO 2		2025	6,4%	5%	11,4%
AÑO 3		2026	7,3%	5%	12,3%
AÑO 4		2027	7,6%	5%	12,6%
AÑO 5		2028	6,5%	5%	11,5%

Nota: Elaboración propia

TABLA 79. PRESUPUESTO DE VENTAS PROYECTADO ANUALMENTE

Ventas Anuales	\$	\$	\$	\$	\$
	499.039.503	555.680.486	624.029.186	702.844.072	783.881.994

Nota: Elaboración propia

14.3 Nomina

TABLA 80. NOMINA COLABORADORES ARTISANT FOOD

Cargo	Valor Sueldo	Auxilio de transporte	Total devengado	Deducciones (Salud-Pensión)	Total Nómina	Componente Prestacional	(ARL y CCF)	Subtotal
Administrador	\$ 2.500.000	\$ 117.172	\$ 2.617.172	\$ 200.000	\$ 2.417.172	\$ 887.569	\$ 118.349	\$ 3.423.090
Cajero	\$ 1.160.000	\$ 117.172	\$ 1.277.172	\$ 92.800	\$ 1.184.372	\$ 433.131	\$ 57.754	\$ 1.675.257
Chef	\$ 2.300.000	\$ 117.172	\$ 2.417.172	\$ 184.000	\$ 2.233.172	\$ 819.743	\$ 109.305	\$ 3.162.219
Cocinero	\$ 1.300.000	\$ 117.172	\$ 1.417.172	\$ 104.000	\$ 1.313.172	\$ 480.610	\$ 64.085	\$ 1.857.866
Auxiliar de cocina	\$ 1.160.000	\$ 106.454	\$ 1.266.454	\$ 92.800	\$ 1.173.654	\$ 429.496	\$ 57.269	\$ 1.660.419
Jefe de meseros	\$ 1.300.000	\$ 117.172	\$ 1.417.172	\$ 104.000	\$ 1.313.172	\$ 480.610	\$ 64.085	\$ 1.857.866
Mesero	\$ 1.160.000	\$ 106.454	\$ 1.266.454	\$ 92.800	\$ 1.173.654	\$ 429.496	\$ 57.269	\$ 1.660.419
Patinador	\$ 1.160.000	\$ 106.454	\$ 1.266.454	\$ 92.800	\$ 1.173.654	\$ 429.496	\$ 57.269	\$ 1.660.419
							Total	\$ 16.957.557
							Total trimestral	\$ 67.830.228
							Total anual	\$ 203.490.683

Nota: Elaboración propia

TABLA 81. PRESTACIONES SOCIALES Y APORTES PARAFISCALES

ICBF	SENA	Salud	Pensión	Cesantías	Int. Cesantías	CCF	ARL	Total
3,00%	2,00%	8,50%	12,00%	8,33%	1,00%	4,00%	0,52%	
78.515	52.343	222.460	314.061	218.010	2.180	104.687	13.662	1.005.918
38.315	25.543	108.560	153.261	106.388	1.064	51.087	6.667	490.885
72.515	48.343	205.460	290.061	201.350	2.014	96.687	12.618	929.047

42.515	28.343	120.460	170.061	118.050	1.181	56.687	7.398	544.694
37.994	25.329	107.649	151.974	105.496	1.055	50.658	6.611	486.765
42.515	28.343	120.460	170.061	118.050	1.181	56.687	7.398	544.694
37.994	25.329	107.649	151.974	105.496	1.055	50.658	6.611	486.765
37.994	25.329	107.649	151.974	105.496	1.055	50.658	6.611	486.765
Total								4.975.535

Nota: Elaboración propia

14.4 Presupuesto de maquinaria

TABLA 82. MAQUINARIA Y EQUIPO 1520

Nombre	Descripción	Cantidad	Costo	Subtotal
Asador Plancha Industrial Hierro Fundido y Acero	Grande en platina de hierro. Sistema modular para conexión en serie, quemador indeformable en hierro, de alto rendimiento. Fabricada en acero inoxidable. Recolector de grasas. Encendido electrónico. Dimensiones: 50 x 44 x 22 cm. Plancha: 49 x 33 cm. Potencia: 30.000 BTU/h. A gas.	1	\$ 990.000	\$ 990.000
Plancha Sanduchera Oster	marca oster, modelo 3884, potencia: 1650 w, tipo de alimentación: eléctrica, con superficie antiadherente	1	\$ 269.900	\$ 269.900
Batería De Cocina Imusa Talent 5 Piezas + Plancha Para Asar	Cuenta con Termo Señal cambia de color e indica que está listo para empezar a cocinar, así conservas mejor la textura y nutrientes de los alimentos. Incluye: Olla 24cm / 4.7L con Tapa de Vidrio, Perol 18cm / 2L, Sartén 24cm, Plancha para Asar, 1 Tapa de Vidrio	2	\$ 339.800	\$ 679.600
Juego de cubiertos de acero inoxidable	Marca: Hiware, número de piezas: 48, Material: Acero inoxidable, Color: Plateado, Tipo de acabado: Pulido, Es resistente a las manchas y se puede lavar en el lavaplatos, Juego de cubiertos de 48 piezas para 8: incluye 8 tenedores de cena, 8 tenedores de ensalada, 8 cuchillos de cena, 8 cuchillos de carne, 8 cucharas de cena y 8 cucharillas de té	2	\$ 324.000	\$ 648.000
Juego de utensilios de cocina de acero inoxidable	1 cucharón, 1 desnatador, 1 volteador ranurado, 1 servidor de pasta, 1 cuchara de cocina, 1 triturador de patatas, 1 batidor de huevos, 1 cuchara ranurada, 1 pinza de cocina, 1 espátula plana, 1 espátula flexible, 1 pincel para untar, 5 tazas medidoras, 5 cucharas medidoras, 1 estante para utensilios de cocina con 14 ganchos en S extraíbles para utensilios.	2	\$ 231.694	\$ 463.388

Juego de pinzas de metal de alta temperatura, pinzas de cocina de acero inoxidable, pinzas de cocina, pinzas para carne, pinzas para pan.	Tamaño: juego de 4 piezas, 2 piezas de 9.1 in, 2 piezas de 11.8 in. Alta calidad, las pinzas de cocina están hechas de acero inoxidable, fuerte, resistente al calor, a la corrosión, peso ligero y fácil de operar.	1	\$ 124.417	\$ 124.417
Mesa de trabajo y preparación de acero inoxidable	Mesa ajustable y cómoda: Estante inferior ajustable de acero galvanizado y 4 patas de acero, puedes modificar la altura de la mesa como más te convenga.	1	\$ 1.099.472	\$ 1.099.472
Vaso medidor de 3 onzas/3.0 fl oz	Fácil de leer: mide y transporta fácilmente cantidades más pequeñas sin que se derramen; más estable que usar cucharas medidoras; perfectas para cocina.	1	\$ 93.925	\$ 93.925
Val culine Horno tostador inteligente extra grande de 26.3 QT/25 L	10 funciones preestablecidas: en comparación con la "función única" de las freidoras de aire tradicionales, el horno tostador ofrece 10 funciones digitales preestablecidas: freír al aire, tostar, hornear, asar, hornear, recalentar, cocinar lentamente y deshidratar, aparato de 1750 vatios.	1	\$ 1.556.488	\$ 1.556.488
Congelador Horizontal ELECTROLUX Dual 318 Litros	Capacidad interna de 316 litros, Gas ecológico refrigerante R600a, ayuda al medio ambiente, Incluye Llave de Seguridad, Ruedas 360°, Función de congelación rápida.	1	\$ 1.699.900	\$ 1.699.900
Refrigerador vertical	Fabricado en Acero Inoxidable - refrigerador ideal para almacenamiento - Tiene 4 rejillas en cada lado que se pueden graduar la altura (cremallera) Medidas: Frente 1,40 - Ancho: 2,13 - Profundo 0,76	1	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000
Campana extractora integrada con convertible canalizado/sin conductos	Flujo de aire máximo de 900 CFM, motor potente y ventilador de buen equilibrio, con un nivel de ruido máximo de 65 db. Elige entre modo silencioso, bajo, medio y alto para adaptarse a una variedad de alimentos y cocina. La función de apagado retardado de 3 minutos elimina eficazmente los humos nocivos residuales y protege tu salud.	1	\$ 2.744.290	\$ 2.744.290
Juego de vajilla de porcelana Delray Bone de 40 piezas	Juego de vajilla para 8: este juego de vajilla de 40 piezas incluye 8 de cada uno: plato de cena de 11 pulgadas, plato de ensalada de 9 pulgadas, cuenco de cereales de 6 pulgadas, cuenco de frutas de 4.25 pulgadas y taza de 14 onzas	3	\$ 1.104.000	\$ 3.312.000
0				\$ 18.681.380

Nota: Elaboración propia

TABLA 83. EQUIPO DE OFICINA MUEBLES Y ENCERES

Nombre	Descripción	Cantidad	Costo	Subtotal
Juegos de mesas y sillas	1 mesa y 4 sillas, elaborados en pino de muy buena calidad con terminado rústico sellado y lacado en tono natural la mesa mide un metro por 60 centímetros y tiene 75 cm de altura.	5	\$ 335.000,00	\$ 1.675.000

Caja registradora	Alta duración ya que posee estructura metálica en el exterior Y RIELES DE PLASTICO DE ATA CALIDAD, 5 compartimientos para billetes, 8 compartimientos para monedas, Llave de seguridad, Conector RJ11 para conectar a impresoras de tickets y así obtener la apertura automática.	1	\$ 199.900	\$ 199.900
Mueble punto de pago	Sencillo Sin Vitrina, Elaborado En Madera Mdf	1	\$ 610.000,00	\$ 610.000
Total				\$ 2.484.900

Nota: Elaboración propia

TABLA 84. EQUIPO DE COMPUTACIÓN Y COMUNICACIÓN

Nombre	Descripción	Cantidad	Costo	Subtotal
Computador punto de pago	Computador Portátil ACER 15.6" Pulgadas 39GX - Intel Core i3 - RAM 8GB - Disco SSD 256GB - Plateado	1	\$ 1.479.000	\$ 1.479.000
Impresora Epson Tm-t20III	Impresora Epson Tm-t20III	1	\$ 1.069.900	\$ 1.069.900
Total				2.548.900
Total Presupuesto Maquinaria				23.715.180

Nota: Elaboración propia

14.5 Gastos

TABLA 85. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Descripción	Costo (Mes)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de mantenimiento y reparaciones	\$ 200.000	\$ 2.542.080	\$ 2.703.502	\$ 2.900.858	\$ 3.122.193	\$ 3.326.072
Pólizas de seguros	\$ 100.000	\$ 1.276.200	\$ 1.357.239	\$ 1.456.317	\$ 1.567.434	\$ 1.669.788

Total	\$ 300.000	\$ 3.818.280	\$ 4.060.741	\$ 4.357.175	\$ 4.689.627	\$ 4.995.860
-------	----------------------	------------------------	------------------------	------------------------	------------------------	------------------------

Nota: Elaboración propia

TABLA 86. GASTOS DE VENTAS

Descripción	Costo (Mes)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad y propaganda	\$ 120.000	\$ 1.525.248	\$ 1.622.101	\$ 1.740.515	\$ 1.873.316	\$ 1.995.643
Total	\$ 120.000	\$ 1.525.248	\$ 1.622.101	\$ 1.740.515	\$ 1.873.316	\$ 1.995.643

Nota: Elaboración propia

TABLA 87. GASTOS OPERATIVOS

Arrendamiento local y casa	\$ 2.500.000	\$ 31.776.000	\$ 33.793.776	\$ 36.260.722	\$ 39.027.415	\$ 41.575.905
Internet	\$ 130.000	\$ 1.652.352	\$ 1.757.276	\$ 1.885.558	\$ 2.029.426	\$ 2.161.947
Servicio de energía	\$ 1.000.000	\$ 12.710.400	\$ 13.517.510	\$ 14.504.289	\$ 15.610.966	\$ 16.630.362
Servicio de agua	\$ 400.000	\$ 5.084.160	\$ 5.407.004	\$ 5.801.715	\$ 6.244.386	\$ 6.652.145
Gas	\$ 600.000	\$ 7.626.240	\$ 8.110.506	\$ 8.702.573	\$ 9.366.580	\$ 9.978.217

Nota: Elaboración propia

Total Gastos	\$ 5.050.000	\$ 64.192.680	\$ 68.268.915	\$ 73.252.546	\$ 78.841.715	\$ 83.990.079
--------------	-----------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Nota: Elaboración propia

14.6 Plan de compras y servicios

TABLA 88. PRODUCTOS NO PERECEDEROS – BEBIDAS

Descripción	Tiempo	Cantidad	Unidad de medida	Precio Compra	Total
-------------	--------	----------	------------------	---------------	-------

Sandía	Mensual	5469	Gramo	\$ 9	\$ 46.489
Fresa	Mensual	5469	Gramo	\$ 16	\$ 87.508
Limón	Mensual	55	Unidad	\$ 250	\$ 13.673
Agua	Mensual	16408	Mililitro	\$ 1	\$ 9.845
Endulzante	Mensual	4375	Gramo	\$ 134	\$ 586.305
Hielo	Mensual	547	Unidad	\$ 25	\$ 13.673
Piña	Mensual	5469	Gramo	\$ 9	\$ 46.489
Fresa	Mensual	5469	Gramo	\$ 16	\$ 87.508
Limón	Mensual	55	Unidad	\$ 250	\$ 13.673
Agua	Mensual	16408	Mililitro	\$ 1	\$ 9.845
Endulzante	Mensual	4375	Gramo	\$ 134	\$ 586.305
Hielo	Mensual	547	Unidad	\$ 25	\$ 13.673
Mango	Mensual	5469	Gramo	\$ 11	\$ 60.162
Maracuyá	Mensual	5469	Gramo	\$ 11	\$ 61.693
Limón	Mensual	55	Unidad	\$ 250	\$ 13.673
Agua	Mensual	16408	Mililitro	\$ 1	\$ 9.845
Endulzante	Mensual	4375	Gramo	\$ 134	\$ 586.305
Hielo	Mensual	547	Unidad	\$ 25	\$ 13.673
Limón	Mensual	34	Unidad	\$ 250	\$ 8.546
Agua	Mensual	10255	Mililitro	\$ 1	\$ 6.153
Endulzante	Mensual	2735	Gramo	\$ 134	\$ 366.440
Hielo	Mensual	342	Unidad	\$ 25	\$ 8.546
Te blanco	Mensual	2735	Mililitro	\$ 6	\$ 17.228
Limón	Mensual	14	Unidad	\$ 250	\$ 3.418
Piña	Mensual	27	Rodaja	\$ 400	\$ 10.939
Hierbabuena	Mensual	41	Hojas	\$ 25	\$ 1.025
Agua	Mensual	4102	Mililitro	\$ 1	\$ 2.461
Hielo	Mensual	68	Unidad	\$ 50	\$ 3.418
Café	Mensual	342	Gramos	\$ 34	\$ 11.554
Endulzante	Mensual	171	Gramos	\$ 134	\$ 22.903
Agua	Mensual	3418	Mililitros	\$ 1	\$ 2.051
Total mensual					\$ 2.725.018
Total Anual					\$ 32.700.215

Nota: Elaboración propia

TABLA 89. PRODUCTOS NO PERECEDEROS TORTAS

Descripción	Tiempo	Cantidad	Unidad de medida	Precio Compra	Total
Ralladura de zanahoria	Mensual	10.255	Gramos	\$ 4	\$ 41.019

Nuez	Mensual	2.051	Gramos	\$ 52	\$ 106.651
Huevos	Mensual	68	unidad	\$ 400	\$ 27.346
Endulzante	Mensual	513	Gramos	\$ 134	\$ 68.708
Canela en polvo	Mensual	342	Gramos	\$ 3	\$ 855
Harina de avena	Mensual	7.691	Gramos	\$ 12	\$ 90.585
Vainilla	Mensual	342	Gramos	\$ 49	\$ 16.750
Polvo para hornear	Mensual	205	Gramos	\$ 5	\$ 1.094
Sal	Mensual	171	Gramo	\$ 1	\$ 171
Bananos	Mensual	103	Unidad	\$ 100	\$ 10.255
Arándanos	Mensual	2.564	Gramos	\$ 35	\$ 88.534
Huevos	Mensual	68	Unidad	\$ 400	\$ 27.346
azúcar de coco	Mensual	513	gramo	\$ 95	\$ 48.882
Harina de avena	Mensual	7.691	gramo	\$ 12	\$ 90.585
Vainilla	Mensual	342	gramo	\$ 49	\$ 16.750
Canela en polvo	Mensual	342	gramo	\$ 3	\$ 855
Yogurt griego	Mensual	6.153	gramo	\$ 28	\$ 172.282
Total mensual					\$ 808.664
Total Anual					\$ 9.703.972

Nota: Elaboración propia

TABLA 90. PRODUCTOS NO PERECEDEROS PLATOS FUERTES

Descripción	Tiempo	Cantidad	Unidad de medida	Precio Compra	Total
Quínoa	Mensual	9.229	Gramos	\$ 15	\$ 138.441
Pasta integral	Mensual	15.382	Gramos	\$ 14	\$ 215.352

Arroz Integral	Mensual	12.306	Gramos	\$ 12	\$ 142.748
Mix de lechuga	Mensual	369	Unidad	\$ 100	\$ 36.918
Pollo	Mensual	18.459	Gramos	\$ 15	\$ 276.881
Carne de Res – lomo	Mensual	18.459	Gramos	\$ 36	\$ 664.515
Camarones	Mensual	9.845	Gramos	\$ 55	\$ 541.457
Garbanzos	Mensual	7.691	Gramos	\$ 7	\$ 53.838
Huevo	Mensual	185	Unidad	\$ 400	\$ 73.835
Tomate Cherry	Mensual	6.153	Gramos	\$ 15	\$ 89.833
Aguacate	Mensual	246	Trozos	\$ 188	\$ 46.147
Pepino	Mensual	4.922	Gramos	\$ 4	\$ 21.043
Champiñones	Mensual	5.538	Gramos	\$ 29	\$ 161.699
Zanahoria	Mensual	4.307	Gramos	\$ 3	\$ 10.768
Maíz tostado	Mensual	3.076	Gramos	\$ 37	\$ 112.598
Maní	Mensual	2.461	Gramos	\$ 11	\$ 28.180
Maduritos	Mensual	6.153	Gramos	\$ 7	\$ 44.793
Queso	Mensual	6.153	Gramo	\$ 17	\$ 101.523
Fresa	Mensual	6.153	Gramo	\$ 14	\$ 87.987
Mango	Mensual	6.153	Gramo	\$ 9	\$ 52.300
Salsa de aguacate	Mensual	6.153	Mililitros	\$ 9	\$ 56.607
Salsa de cilantro y Hierbabuena	Mensual	6.153	Mililitros	\$ 10	\$ 59.068
Presto	Mensual	923	Gramos	\$ 92	\$ 84.541
Quínoa	Mensual	9.229	Gramos	\$ 12	\$ 113.829
Pollo	Mensual	18.459	Gramos	\$ 15	\$ 276.881

Espinacas	Mensual	123	Unidad	\$ 125	\$ 15.382
Guacamole	Mensual	1.538	Gramos	\$ 28	\$ 42.455
Frijoles negros	Mensual	7.691	Gramos	\$ 16	\$ 120.597
Cebolla salteada	Mensual	1.231	Gramos	\$ 4	\$ 5.230
Pimentón	Mensual	615	Gramos	\$ 2	\$ 923
Maíz tierno	Mensual	6.153	Gramos	\$ 18	\$ 107.676
Jalapeños	Mensual	369	Unidad	\$ 185	\$ 68.420
Queso	Mensual	6.153	Gramo	\$ 17	\$ 101.523
Nachos	Mensual	4.615	Gramo	\$ 16	\$ 75.681
Aceite de oliva	Mensual	1.846	Mililitro	\$ 72	\$ 132.903
Arroz Integral	Mensual	9.571	Gramos	\$ 12	\$ 111.026
Frijoles Negros	Mensual	7.178	Gramos	\$ 16	\$ 112.557
Garbanzos	Mensual	5.982	Gramos	\$ 9	\$ 53.694
Espinaca	Mensual	96	Unidad	\$ 125	\$ 11.964
Lechuga Crespa	Mensual	144	Unidad	\$ 73	\$ 10.528
Aguacate	Mensual	191	Trozos	\$ 88	\$ 16.750
Tomate Cherry	Mensual	4.786	Gramos	\$ 15	\$ 69.870
Aceite de oliva	Mensual	1.436	Mililitros	\$ 72	\$ 103.369
Arroz Integral	Mensual	12.306	Gramos	\$ 12	\$ 142.748
Cilantro	Mensual	308	Gramos	\$ 10	\$ 3.015
Carne de Res	Mensual	18.459	Gramos	\$ 36	\$ 664.515
Espinaca	Mensual	123	Unidad	\$ 125	\$ 15.382
Aguacate	Mensual	246	Trozos	\$ 188	\$ 46.147

Lechuga crespa	Mensual	62	Unidad	\$ 100	\$ 6.153
Cebolla salteada	Mensual	1.231	Gramos	\$ 4	\$ 5.230
Maní	Mensual	2.461	Gramos	\$ 11	\$ 28.180
Aceite de oliva	Mensual	3.076	Mililitros	\$ 72	\$ 221.505
Pasta integral	Mensual	10.255	Gramos	\$ 14	\$ 143.568
Camarones	Mensual	6.563	Gramos	\$ 11	\$ 73.835
Pasta de tomate	Mensual	4.102	Gramos	\$ 8	\$ 30.765
Ajo	Mensual	410	Gramos	\$ 15	\$ 6.153
Cebolla	Mensual	10.255	Gramos	\$ 1	\$ 12.306
Leche descremada	Mensual	14.767	Mililitros	\$ 7	\$ 108.702
Aceite de oliva	Mensual	205	Gramos	\$ 98	\$ 20.100
Limón	Mensual	41	Unidad	\$ 250	\$ 10.255
Total mensual					\$ 6.190.888
Total Anual					\$ 74.290.659

Nota: Elaboración propia

TABLA 91. PRODUCTOS NO PERECEDEROS ENTRADAS

Descripción	Tiempo	Cantidad	Unidad de medida	Precio Compra	Total
Papas	Mensual	4.102	Gramos	\$ 12	\$ 49.223
Mayonesa light	Mensual	342	Gramos	\$ 35	\$ 11.964
Cilantro	Mensual	171	Gramos	\$ 10	\$ 1.675
Ajo	Mensual	103	Gramos	\$ 11	\$ 1.094
Perejil	Mensual	171	Gramos	\$ 4	\$ 752
Yogurt griego	Mensual	1.025	Gramos	\$ 58	\$ 59.820

Aceite de oliva	Mensual	171	Mililitros	\$ 72	\$ 12.306
Cebolla	Mensual	3.418	Gramos	\$ 8	\$ 25.637
Balsámico	Mensual	3.418	Gramos	\$ 7	\$ 22.561
Baguette	Mensual	137	Rodajas	\$ 497	\$ 67.956
Queso	Mensual	171	Trozos	\$ 330	\$ 56.402
Sal	Mensual	171	Gramos	\$ 2	\$ 410
Pimienta	Mensual	103	Gramos	\$ 53	\$ 5.435
Perejil	Mensual	103	Gramos	\$ 38	\$ 3.897
Total mensual					\$ 319.131
Total Anual					\$ 3.829.576

Nota: Elaboración propia

TABLA 92. INSUMOS DE PAPELERÍA

Descripción	Tiempo	Cantidad	Unidad de medida	Precio	Total
Bandas de caucho	Semanal	250	Gramos	\$ 5.900	\$ 5.900
Bisturí	Semanal	1	Unidad	\$ 1.900	\$ 1.900
Cosedora	Semanal	1	Unidad	\$ 8.000	\$ 8.000
Cinta	Semanal	2	Unidad	\$ 7.500	\$ 7.500
Lapiceros	Semanal	1	Caja	\$ 4.000	\$ 4.000
Hojas de papel	Semanal	1	Bloc de papel	\$ 6.500	\$ 6.500
Corrector	Semanal	1	Unidad	\$ 2.000	\$ 2.000
Rollos térmicos	Semanal	30	Unidad	\$ 184.000	\$ 184.000
Cuaderno	Semanal	1	Unidad	\$ 3.000	\$ 3.000

Resaltador	Semanal	1	Unidad	\$ 3.000	\$ 3.000
Total					\$ 225.800
Total mensual					\$ 903.200
Total anual					\$ 2.709.600

Nota: Elaboración propia

TABLA 93. INSUMOS DE ASEO

Descripción	Tiempo	Cantidad	Unidad de medida	Precio	Total
Escoba	Semanal	2	Unidad	\$ 8.000	\$ 8.000
Recogedor	Semanal	2	Unidad	\$ 5.600	\$ 5.600
Trapero	Semanal	2	Unidad	\$ 12.000	\$ 12.000
Jabones	Semanal	3	Unidad	\$ 100.000	\$ 100.000
Hipoclorito	Semanal	1	Galón	\$ 39.900	\$ 39.900
Papel higiénico industrial	Semanal	4	Rollos	\$ 39.000	\$ 39.000
Cencas Ecológicas	Semanal	3	Unidad	\$ 188.000	\$ 188.000
Canecas	Semanal	2	Unidad	\$ 72.000	\$ 72.000
Desengrasante	Semanal	1	Unidad	\$ 26.392	\$ 26.392
Limpia vidrios	Semanal	1	Galón	\$ 49.900	\$ 49.900
Total					\$ 540.792
Total mensual					\$ 2.163.168
Total anual					\$ 6.489.504

Nota: Elaboración propia

Total Anual \$ 129.723.526

Nota: Elaboración propia

14.6 Depreciación

Concepto	Monto	Vida útil (Años)	Depreciación (%)	Depreciación (Anual)
Maquinaria y Equipo 1520	\$ 18.681.380	10	10%	\$ 1.868.138
Muebles y enseres 1524	\$ 2.484.900	6	17%	\$ 414.150
Equipo de Computación y Comunicación 1528	\$ 2.548.900	5	20%	\$ 509.780
Total				\$ 2.792.068

Nota: Elaboración propia

TABLA 94. DEPRECIACIÓN LINEAL

Características	
Costo	\$ 610.000
Valor residual	\$ 200.000
Vida útil	6
Depreciación	\$ 68.333

Nota: Elaboración propia

TABLA 95. DEPRECIACIÓN ACUMULADA

Años	Valor en libros	Depreciación	Depreciación Acumulada
AÑO 0	\$ 610.000		
AÑO 1	\$ 541.667	\$ 68.333	\$ 68.333
AÑO 2	\$ 473.333	\$ 68.333	\$ 136.667
AÑO 3	\$ 405.000	\$ 68.333	\$ 205.000
AÑO 4	\$ 336.667	\$ 68.333	\$ 273.333
AÑO 5	\$ 268.333	\$ 68.333	\$ 341.667

Nota: Elaboración propia

TABLA 96. DEPRECIACIÓN PROYECTADA A 5 AÑOS

Nota: Elaboración propia

14.7 Fuentes de financiación

Tipo de cuenta	Item	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria y Equipo 1520	Asador Plancha Industrial	\$ 49.000	\$ 98.000	\$ 147.000	\$ 196.000	\$ 245.000
Maquinaria y Equipo 1520	Plancha Sanduchera Oster	\$ 19.990	\$ 39.980	\$ 59.970	\$ 79.960	\$ 99.950
Maquinaria y Equipo 1520	Batería De Cocina Imusa	\$ 57.960	\$ 115.920	\$ 173.880	\$ 231.840	\$ 289.800
Maquinaria y Equipo 1520	Juego de cubiertos de acero	\$ 39.905	\$ 79.809	\$ 119.714	\$ 159.618	\$ 199.523
Maquinaria y Equipo 1520	Juego de utensilios de cocina	\$ 16.339	\$ 32.678	\$ 49.016	\$ 65.355	\$ 81.694
Maquinaria y Equipo 1520	Juego de pinzas de metal	\$ 9.442	\$ 18.883	\$ 28.325	\$ 37.767	\$ 47.209
Maquinaria y Equipo 1520	Mesa de acero inoxidable	\$ 59.947	\$ 119.894	\$ 179.842	\$ 239.789	\$ 299.736
Maquinaria y Equipo 1520	Vaso medidor de 3 onzas	\$ 7.393	\$ 14.785	\$ 22.178	\$ 29.570	\$ 36.963
Maquinaria y Equipo 1520	Horno tostador inteligente	\$ 85.649	\$ 171.298	\$ 256.946	\$ 342.595	\$ 428.244
Maquinaria y Equipo 1520	Congelador Horizontal	\$ 87.990	\$ 175.980	\$ 263.970	\$ 351.960	\$ 439.950
Maquinaria y Equipo 1520	Refrigerador vertical	\$ 190.000	\$ 380.000	\$ 570.000	\$ 760.000	\$ 950.000
Maquinaria y Equipo 1520	Campana extractora	\$ 184.449	\$ 368.898	\$ 553.347	\$ 737.796	\$ 922.245
Maquinaria y Equipo 1520	Juego de vajilla de porcelana	\$ 60.418	\$ 120.837	\$ 181.255	\$ 241.674	\$ 302.092
Equipo de oficina - Muebles y enseres 1524	Mesas y sillas	\$ 120.833	\$ 241.667	\$ 362.500	\$ 483.333	\$ 604.167
Equipo de oficina - Muebles y enseres 1524	Caja Registradora	\$ 24.983	\$ 49.967	\$ 74.950	\$ 99.933	\$ 124.917
Equipo de oficina - Muebles y enseres 1524	Mueble punto de pago	\$ 68.333	\$ 136.667	\$ 205.000	\$ 273.333	\$ 341.667
Equipo de computación y Comunicación 1528	Computador	\$ 165.800	\$ 331.600	\$ 497.400	\$ 663.200	\$ 829.000
Equipo de computación y Comunicación 1528	Impresora Epson Tm-t20III	\$ 109.980	\$ 219.960	\$ 329.940	\$ 439.920	\$ 549.900
	Total	\$ 1.358.411	\$ 2.716.822	\$ 4.075.233	\$ 5.433.644	\$ 6.792.055

INVERSION INICIAL I.O \$ 285.461.614

SOCIOS 60%	\$ 171.276.968
CREDITOS 40%	\$ 114.184.646

Nota: Elaboración propia

TABLA 97. FUENTES DE FINANCIACIÓN

Política de crédito

Concepto	Aporte del emprendedor	Otras fuentes	Total
Capital Semilla	\$ -	\$ -	\$ -
Recursos Propios	\$ 171.276.968	\$ 171.276.968	\$ 171.276.968
Crédito Bancario		\$ 114.184.646	\$ 114.184.646
Recursos de fondo institucional	\$ -	\$ -	
Crédito Extra bancario	\$ -	\$ -	
Crowdfunding	\$ -	\$ -	
Cooperación Internacional	\$ -	\$ -	
Ángeles inversionistas	\$ -	\$ -	
Total			

Nota: Elaboración propia

14.8 Tabla de Amortización

TABLA 98. AMORTIZACIÓN

Mes	\$	\$	\$	\$	\$
Mes 1	114.184.646	1.903.077	2.238.019	100.000	4.241.096
Mes 2	112.281.568	1.903.077	2.200.719	100.000	4.203.796
Mes 3	110.378.491	1.903.077	2.163.418	100.000	4.166.496
Mes 4	108.475.413	1.903.077	2.126.118	100.000	4.129.196
Mes 5	106.572.336	1.903.077	2.088.818	100.000	4.091.895
Mes 6	104.669.258	1.903.077	2.051.517	100.000	4.054.595

Mes 7	\$ 102.766.1 81	\$ 1.903.07 7	\$ 2.014.21 7	\$ 100.00 0	\$ 4.017.29 5				
Mes 8	\$ 100.863.1 04	\$ 1.903.07 7	\$ 1.976.91 7	\$ 100.00 0	\$ 3.979.99 4				
Mes 9	\$ 98.960.02 6	\$ 1.903.07 7	\$ 1.939.61 7	\$ 100.00 0	\$ 3.942.69 4				
Mes 10	\$ 97.056.94 9	\$ 1.903.07 7	\$ 1.902.31 6	\$ 100.00 0	\$ 3.905.39 4				
Mes 11	\$ 95.153.87 1	\$ 1.903.07 7	\$ 1.865.01 6	\$ 100.00 0	\$ 3.868.09 3				
Mes 12	\$ 93.250.79 4	\$ 1.903.07 7	\$ 1.827.71 6	\$ 100.00 0	\$ 3.830.79 3	Suma K	<i>Interés</i>	<i>Seguro</i>	<i>Gastos financieros</i>
Mes 13	\$ 91.347.71 6	\$ 1.903.07 7	\$ 1.790.41 5	\$ 100.00 0	\$ 3.793.49 3	22.836.929	24.394.408	1.200.000	25.594.408
Mes 14	\$ 89.444.63 9	\$ 1.903.07 7	\$ 1.753.11 5	\$ 100.00 0	\$ 3.756.19 2				
Mes 15	\$ 87.541.56 2	\$ 1.903.07 7	\$ 1.715.81 5	\$ 100.00 0	\$ 3.718.89 2				
Mes 16	\$ 85.638.48 4	\$ 1.903.07 7	\$ 1.678.51 4	\$ 100.00 0	\$ 3.681.59 2				
Mes 17	\$ 83.735.40 7	\$ 1.903.07 7	\$ 1.641.21 4	\$ 100.00 0	\$ 3.644.29 1				
Mes 18	\$ 81.832.32 9	\$ 1.903.07 7	\$ 1.603.91 4	\$ 100.00 0	\$ 3.606.99 1				
Mes 19	\$ 79.929.25 2	\$ 1.903.07 7	\$ 1.566.61 3	\$ 100.00 0	\$ 3.569.69 1				
Mes 20	\$ 78.026.17 4	\$ 1.903.07 7	\$ 1.529.31 3	\$ 100.00 0	\$ 3.532.39 0				
Mes 21	\$ 76.123.09 7	\$ 1.903.07 7	\$ 1.492.01 3	\$ 100.00 0	\$ 3.495.09 0				
Mes 22	\$ 74.220.02 0	\$ 1.903.07 7	\$ 1.454.71 2	\$ 100.00 0	\$ 3.457.79 0				
Mes 23	\$ 72.316.94 2	\$ 1.903.07 7	\$ 1.417.41 2	\$ 100.00 0	\$ 3.420.48 9				
Mes 24	\$ 70.413.86 5	\$ 1.903.07 7	\$ 1.380.11 2	\$ 100.00 0	\$ 3.383.18 9	Suma K	<i>Interés</i>	<i>Seguro</i>	<i>Gastos financieros</i>

Mes 25	\$ 68.510.787	\$ 1.903.077	\$ 1.342.811	\$ 100.000	\$ 3.345.889	22.836.929	19.023.162	1.200.000	20.223.162	22.836.929
Mes 26	\$ 66.607.710	\$ 1.903.077	\$ 1.305.511	\$ 100.000	\$ 3.308.589					
Mes 27	\$ 64.704.632	\$ 1.903.077	\$ 1.268.211	\$ 100.000	\$ 3.271.288					
Mes 28	\$ 62.801.555	\$ 1.903.077	\$ 1.230.910	\$ 100.000	\$ 3.233.988					
Mes 29	\$ 60.898.478	\$ 1.903.077	\$ 1.193.610	\$ 100.000	\$ 3.196.688					
Mes 30	\$ 58.995.400	\$ 1.903.077	\$ 1.156.310	\$ 100.000	\$ 3.159.387					
Mes 31	\$ 57.092.323	\$ 1.903.077	\$ 1.119.010	\$ 100.000	\$ 3.122.087					
Mes 32	\$ 55.189.245	\$ 1.903.077	\$ 1.081.709	\$ 100.000	\$ 3.084.787					
Mes 33	\$ 53.286.168	\$ 1.903.077	\$ 1.044.409	\$ 100.000	\$ 3.047.486					
Mes 34	\$ 51.383.090	\$ 1.903.077	\$ 1.007.109	\$ 100.000	\$ 3.010.186					
Mes 35	\$ 49.480.013	\$ 1.903.077	\$ 969.808	\$ 100.000	\$ 2.972.886					
Mes 36	\$ 47.576.936	\$ 1.903.077	\$ 932.508	\$ 100.000	\$ 2.935.585	Suma K	<i>Interés</i>	<i>Seguro</i>	<i>Gastos financieros</i>	
Mes 37	\$ 45.673.858	\$ 1.903.077	\$ 895.208	\$ 100.000	\$ 2.898.285	22.836.929	13.651.916	1.200.000	14.851.916	22.836.929
Mes 38	\$ 43.770.781	\$ 1.903.077	\$ 857.907	\$ 100.000	\$ 2.860.985					
Mes 39	\$ 41.867.703	\$ 1.903.077	\$ 820.607	\$ 100.000	\$ 2.823.684					
Mes 40	\$ 39.964.626	\$ 1.903.077	\$ 783.307	\$ 100.000	\$ 2.786.384					
Mes 41	\$ 38.061.549	\$ 1.903.077	\$ 746.006	\$ 100.000	\$ 2.749.084					
Mes 42	\$ 36.158.471	\$ 1.903.077	\$ 708.706	\$ 100.000	\$ 2.711.783					

Mes 43	\$ 34.255.394	\$ 1.903.077	\$ 671.406	\$ 100.000	\$ 2.674.483					
Mes 44	\$ 32.352.316	\$ 1.903.077	\$ 634.105	\$ 100.000	\$ 2.637.183					
Mes 45	\$ 30.449.239	\$ 1.903.077	\$ 596.805	\$ 100.000	\$ 2.599.883					
Mes 46	\$ 28.546.161	\$ 1.903.077	\$ 559.505	\$ 100.000	\$ 2.562.582					
Mes 47	\$ 26.643.084	\$ 1.903.077	\$ 522.204	\$ 100.000	\$ 2.525.282					
Mes 48	\$ 24.740.007	\$ 1.903.077	\$ 484.904	\$ 100.000	\$ 2.487.982					
Mes 49	\$ 22.836.929	\$ 1.903.077	\$ 447.604	\$ 100.000	\$ 2.450.681	22.836.929	8.280.670	1.200.000	9.480.670	22.836.929
Mes 50	\$ 20.933.852	\$ 1.903.077	\$ 410.303	\$ 100.000	\$ 2.413.381					
Mes 51	\$ 19.030.774	\$ 1.903.077	\$ 373.003	\$ 100.000	\$ 2.376.081					
Mes 52	\$ 17.127.697	\$ 1.903.077	\$ 335.703	\$ 100.000	\$ 2.338.780					
Mes 53	\$ 15.224.619	\$ 1.903.077	\$ 298.403	\$ 100.000	\$ 2.301.480					
Mes 54	\$ 13.321.542	\$ 1.903.077	\$ 261.102	\$ 100.000	\$ 2.264.180					
Mes 55	\$ 11.418.465	\$ 1.903.077	\$ 223.802	\$ 100.000	\$ 2.226.879					
Mes 56	\$ 9.515.387	\$ 1.903.077	\$ 186.502	\$ 100.000	\$ 2.189.579					
Mes 57	\$ 7.612.310	\$ 1.903.077	\$ 149.201	\$ 100.000	\$ 2.152.279					
Mes 58	\$ 5.709.232	\$ 1.903.077	\$ 111.901	\$ 100.000	\$ 2.114.978					
Mes 59	\$ 3.806.155	\$ 1.903.077	\$ 74.601	\$ 100.000	\$ 2.077.678					
Mes 60	\$ 1.903.077	\$ 1.903.077	\$ 37.300	\$ 100.000	\$ 2.040.378					
	-\$ 0		-\$ 0		-\$ 0	22.836.929	2.909.425	1.200.000	4.109.425	22.836.929

14.9 Estados de situación financiera

TABLA 99. ESF ARTISANT FOOD

ARTISANT FOOD	
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL	
ACTIVOS	Año 1
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFFECTIVO	
EFFECTIVO/CAJA	\$ 28.546.161
CUENTAS POR COBRAR	\$ -
INVENTARIOS	\$ 129.723.526
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 2.484.900
MAQUINARIA, EQUIPO y adecuaciones	\$ 18.681.380
EQUIPO DE COMPUTACIÓN Y COMUNICACIÓN	\$ 2.548.900
TOTAL ACTIVO	\$ 181.984.868
PASIVO	
OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$ 114.184.646
OTROS PASIVOS	\$ -
TOTAL PASIVO	\$ 114.184.646
PATRIMONIO	
CAPITAL SOCIAL	\$ 67.800.222
TOTAL PATRIMONIO	\$ 67.800.222
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	\$ 181.984.868

Nota: Elaboración propia

14.9 Estado de resultados

TABLA 100. ESTADO DE RESULTADOS ARTISANT FOOD

ARTISANT FOOD						
ESTADO RESULTADO						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	AÑO 0
INGRESOS OPERACIONALES						

Ventas Brutas	\$	\$	\$	\$	\$	
	499.039.503	555.680.486	624.029.186	702.844.072	783.881.994	
TOTAL INGRESOS BRUTOS	\$	\$	\$	\$	\$	
	499.039.503	555.680.486	624.029.186	702.844.072	783.881.994	
COSTO VENTA						
Costo de venta	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	137.403.159	146.128.259	156.795.622	168.759.128	179.779.100	129.723.526
TOTAL COSTO DE VENTA	\$	\$	\$	\$	\$	
	137.403.159	146.128.259	156.795.622	168.759.128	179.779.100	
UTILIDAD BRUTA	\$	\$	\$	\$	\$	
	361.636.344	409.552.227	467.233.564	534.084.944	604.102.894	
RENTABILIDAD BRUTA	72%	74%	75%	76%	77%	
GASTOS OPERACIONALES						
Gastos de personal	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	215.537.331	229.223.952	245.957.300	264.723.842	282.010.309	203.490.683
Gastos administrativos	\$	\$	\$	\$	\$	
	3.818.280	4.060.741	4.357.175	4.689.627	4.995.860	
Gastos operativos	\$	\$	\$	\$	\$	
	58.849.152	62.586.073	67.154.856	72.278.772	76.998.576	
Gastos de venta	\$	\$	\$	\$	\$	
	1.525.248	1.622.101	1.740.515	1.873.316	1.995.643	
Depreciación	\$	\$	\$	\$	\$	
	1.358.411	2.716.822	4.075.233	5.433.644	6.792.055	
UTILIDAD OPERACIONAL	\$	\$	\$	\$	\$	
	80.547.922	109.342.538	143.948.485	185.085.743	231.310.451	
Otros Gastos/Gastos financieros	\$	\$	\$	\$	\$	
	25.594.408	20.223.162	14.851.916	9.480.670	4.109.425	
Impuesto de industria y comercio	\$	\$	\$	\$	\$	
	1.111.561	1.508.927	1.986.489	2.554.183	3.192.084	
Impuesto de renta y complementarios	\$	\$	\$	\$	\$	
	28.191.773	38.269.888	50.381.970	64.780.010	80.958.658	
Renovación cámara de comercio	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	101.683	108.140	116.034	124.888	133.043	96.000
UTILIDAD NETA	\$	\$	\$	\$	\$	
	25.548.497	49.232.421	76.612.075	108.145.991	142.917.241	

Nota: Elaboración propia

14.10 Flujo de caja

TABLA 101. FLUJO DE CAJA

Proyecto restaurante saludable
ARTISANT FOOD

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
INGRESOS POR VENTAS DE CONTADO		\$ 499.039.503	\$ 555.680.486	\$ 624.029.186	\$ 702.844.072	\$ 783.881.994
CAJA INICIAL	\$ 28.546.161	\$ 30.236.094	\$ 32.156.086	\$ 34.503.480	\$ 37.136.096	\$ 39.561.083
INGRESOS POR CRÉDITOS	\$ 114.184.646					
APORTES DE CAPITAL	\$ 171.276.968					
TOTAL INGRESOS	\$ 314.007.775	\$ 529.275.597	\$ 587.836.572	\$ 658.532.667	\$ 739.980.168	\$ 823.443.077
EGRESOS						
PAGO MERCANCÍAS DE CONTADO		\$ 137.403.159	\$ 146.128.259	\$ 156.795.622	\$ 168.759.128	\$ 179.779.100
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 3.818.280	\$ 4.060.741	\$ 4.357.175	\$ 4.689.627	\$ 4.995.860
GASTOS DE VENTAS		\$ 1.525.248	\$ 1.622.101	\$ 1.740.515	\$ 1.873.316	\$ 1.995.643
GASTOS DE PERSONAL		\$ 215.537.331	\$ 229.223.952	\$ 245.957.300	\$ 264.723.842	\$ 282.010.309
COMPRA ACTIVOS FIJOS	\$ 23.715.180					
GASTOS DE INICIACIÓN Y MONTAJE						
PAGO DE INTERESES		\$ 24.394.408	\$ 19.023.162	\$ 13.651.916	\$ 8.280.670	\$ 2.909.425
PAGO CAPITAL CRÉDITO		\$ 22.836.929	\$ 22.836.929	\$ 22.836.929	\$ 22.836.929	\$ 22.836.929
PAGO DE IMPUESTOS		\$ 29.303.334	\$ 39.778.815	\$ 52.368.459	\$ 67.334.193	\$ 84.150.742
DEPRECIACIÓN		\$ 1.358.411	\$ 2.716.822	\$ 4.075.233	\$ 5.433.644	\$ 6.792.055
TOTAL EGRESOS		\$ 436.177.100	\$ 465.390.782	\$ 501.783.149	\$ 543.931.350	\$ 585.470.063
SALDO DE CAJA		\$ 93.098.497	\$ 122.445.791	\$ 156.749.518	\$ 196.048.818	\$ 237.973.014

Nota: Elaboración propia

Inversión
285.461.614

Tasa de interés de oportunidad	12%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
--------------------------------	-----	-------	-------	-------	-------	-------

Flujo de ingresos		\$ 529.275.597	\$ 587.836.572	\$ 658.532.667	\$ 739.980.168	\$ 823.443.077
Flujo de egresos		\$ 436.177.100	\$ 465.390.782	\$ 501.783.149	\$ 543.931.350	\$ 585.470.063
Flujo de caja	- 285.461.614	\$ 93.098.497	\$ 122.445.791	\$ 156.749.518	\$ 196.048.818	\$ 237.973.014
Flujo de caja acumulado		\$ 93.098.497	\$ 215.544.288	\$ 372.293.805	\$ 568.342.623	\$ 806.315.638
VAN de flujo de ingresos	\$2.347.432.249					
VAN de flujo de egresos	\$1.795.499.499					
Costo + inversión	\$2.080.961.112					

Nota: Elaboración propia

Indicadores

VAN	\$551.932.751
TIR	39,28%
Relación beneficio/costo	1,1
PRI	2,81

14. 11 Equilibrio

TABLA 102. EQUILIBRIO- COSTOS FIJOS

Costos fijos

Salarios	
Gastos de mantenimiento y reparaciones	\$ 200.000
Pólizas de seguros	\$ 100.000
Publicidad y propaganda	\$ 120.000
Arrendamiento local y casa	\$ 2.500.000
Datos móviles	\$ -
Internet	\$ 130.000
Pólizas de seguros	\$ -
Servicio de energía	\$ 1.000.000
Servicio de agua	\$ 400.000

Combustible de Auxiliar logístico	\$	600.000
Impuestos	\$	4.630.000
Seguro	\$	2.349.314
Papelería y aseo	\$	100.000
Total	\$	12.129.314

Nota: Elaboración propia

TABLA 103. EQUILIBRIO - COSTOS VARIABLES

Costos variables

Materias Primas	\$	12.997.188
Mano de obra	\$	2.123.626
Total	\$	15.120.814
Precio de venta	\$	48.835
Total		
Cantidad de Equilibrio		1.341

Nota: Elaboración propia

14.12 Propuesta

TABLA 104. PRESUPUESTO

Presupuesto	Valor
Apertura de un punto exprés	\$ 22.000.000
Inversión del valor por el crédito	\$ 93.856.485
Ampliación del menú y mejoras en servicio	\$ 40.000.000
Total	155.856.485

Nota: Elaboración propia

Conclusiones

- ✓ En base al estudio de factibilidad sólido y a la implementación de objetivos SMART, se puede concluir que la apertura de un restaurante de comida saludable en la ciudad de Ibagué tiene un alto potencial de ser un negocio rentable. La demanda creciente de opciones de comida saludable, un menú variado y equilibrado, junto con un enfoque en la calidad de los ingredientes y la sostenibilidad, contribuirán a atraer y retener a un grupo diverso de clientes. Además, un enfoque en la capacitación del personal para proporcionar un servicio excepcional y una estrategia de posicionamiento bien planificada respaldan la creación de una experiencia única para los clientes. Con una gestión financiera cuidadosa y una clara meta de recuperación de inversión, este proyecto de restaurante de comida saludable en Ibagué tiene el potencial de ser un emprendimiento rentable a largo plazo.

- ✓ El proyecto de un restaurante de comida saludable en Ibagué se presenta como una oportunidad prometedora en el mercado actual. La investigación de mercado y el análisis financiero respaldan la viabilidad de la inversión. La estrategia de menú, en colaboración con un chef profesional, garantiza una oferta atractiva y equilibrada para satisfacer las necesidades de los clientes. La capacitación del personal en servicio al cliente, en combinación con una fuerte orientación hacia la sostenibilidad, crea un enfoque diferenciado que puede atraer a una clientela leal. La definición de objetivos SMART para el posicionamiento y la recuperación de la inversión proporcionan una hoja de ruta clara para alcanzar el éxito en el proyecto. En resumen, este restaurante de comida saludable en Ibagué tiene el potencial de ser

un negocio rentable y sostenible que satisface las demandas de los clientes y promueve la alimentación saludable en la comunidad local.

Recomendaciones

- ✓ Se recomienda realizar una evaluación detallada de la demanda y la aceptación de alimentos saludables por parte de la población local. Esta medida es crucial para adaptar de manera efectiva el concepto del restaurante a las necesidades específicas de la comunidad. El análisis resultante proporcionará información valiosa que será fundamental en la elaboración de un menú y una propuesta gastronómica que conecten de manera significativa con la comunidad. Siguiendo este enfoque, se asegurará el éxito y la aceptación del negocio en el mercado local.

- ✓ Realizar un buen estudio de mercado para identificar y evaluar a fondo los restaurantes existentes que ofrecen opciones saludables para saber cómo diferenciarse y destacarse de manera significativa. Esta comprensión profunda de la competencia facilitará la creación de propuestas únicas y atractivas, lo que contribuirá a posicionarse como una opción distintiva y deseada en el mercado, garantizando así el éxito y la relevancia del restaurante de comida saludable.

- ✓ Realizar el modulo financiero con el fin de evaluar la inversión inicial y los costos operativos para determinar la factibilidad financiera del negocio y entender si puede generar ingresos suficientes para cubrir los gastos, así como obtener beneficios a corto y largo plazo. Este enfoque proactivo en la evaluación financiera proporcionará una base sólida para la toma de decisiones informadas, asegurando la sostenibilidad y el éxito a largo plazo del proyecto.

Referencias

- Alcaldía de Ibagué. (2019). *Plan de desarrollo comuna 5*. Obtenido de <https://mail.google.com/mail/u/0/#sent/QgrcJHsHpCxfNQrnBTKgZZRzHgHpLKvwwdq?projector=1&messagePartId=0.4>
- Andi con Raddar. (2023). *Informe del gasto en los hogares*. Obtenido de https://mail-attachment.googleusercontent.com/attachment/u/0/?ui=2&ik=84847d99fc&attid=0.1&permmsgid=msg-a:r-5078888062069395645&th=18b7e854d1586f3c&view=att&disp=inline&realattid=f_locb7v4w0&saddbat=ANGjdJ_YMvKOPE9mDxkWBU7AK99OQIuVjhMyn5ULhUPDdxR0KiBUZDZ
- Aranda, S. R. (2017). *Técnica de ventas*. Obtenido de https://mail-attachment.googleusercontent.com/attachment/u/0/?ui=2&ik=84847d99fc&attid=0.2&permmsgid=msg-a:r1902291435841522501&view=att&disp=inline&saddbat=ANGjdJ_NG61vk8Yo2O1crghnKxJdC06_GcuHuWfcYlwHyTLsgDg_tkrF1luSElYRr5sus6lrPcEk_ji6hGR5_SFh5lqxOk3esX
- Bellido, D. (s.f.). *Bases científicas de una alimentación saludable*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/28139516_Bases_cientificas_de_una_alimentacion_saludable
- Cadena, E. (2021). *Obesidad, un factor de riesgo por covid 19*, Instituto nacional de la salud. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Obesidad-un-factor-de-riesgo-en-el-covid-19.aspx>
- Cernuda, J. M. (2019). *Tesis Doctoral*. Obtenido de https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/29021/TD_JorgeMiguelIglesiasCernuda.pdf;jsessionid=59E424A525210AA82055BAC38C20913F?sequence=6
- DANE. (2021). *Censo económico de Colombia - sector de servicios*. Obtenido de https://mail-attachment.googleusercontent.com/attachment/u/0/?ui=2&ik=84847d99fc&attid=0.6&permmsgid=msg-a:r-3676160727502269384&th=18b7e7d0f6de2c26&view=att&disp=inline&realattid=f_locaxdg93&saddbat=ANGjdJ8dxePWA7qhJhCvp2FJZDueFHRzuIF3Eh4IEorrB5Phf8iEpSQ
- DANE. (2021). *Comunicado de prensa*. Obtenido de https://mail-attachment.googleusercontent.com/attachment/u/0/?ui=2&ik=84847d99fc&attid=0.2&permmsgid=msg-a:r-3676160727502269384&th=18b7e7d0f6de2c26&view=att&disp=inline&realattid=f_locaxdfs2&saddbat=ANGjdJ9CSPXtIl0vK2E9u6Qix42z3DrZ3pCuCkPRIIBsHfqCKpIlnD
- DANE. (2022). *Estadísticas Vitales*. Obtenido de https://mail-attachment.googleusercontent.com/attachment/u/0/?ui=2&ik=84847d99fc&attid=0.5&permmsgid=msg-a:r-5078888062069395645&th=18b7e854d1586f3c&view=att&disp=inline&realattid=f_locb82q24&saddbat=ANGjdJ_syvs85HV7KPvf3WcKkG0-tSLvdmJqtKe7OSL5Iel58VXHII7

- Duarte, J. (2018). *Creacion de un restaurante de comida saludable* . Obtenido de https://mail-attachment.googleusercontent.com/attachment/u/0/?ui=2&ik=84847d99fc&attid=0.5&permmsgid=msg-a:r-3676160727502269384&th=18b7e7d0f6de2c26&view=att&disp=inline&realattid=f_locaxdf91&saddbat=ANGjdJ9dB3Xsr25CAC-ynoUvrMOz-blXvOMTQ3uANRPtuR4jYVJnnqR
- El nuevo día . (2019). *Nueva EPS Reporto que en el tolima hay 78.132 casos de sobre peso u obesidad*. Obtenido de <https://www.elnuevodia.com.co/nuevodia/actualidad/economica/440919-nueva-eps-reporto-que-en-tolima-hay-78132-casos-de-sobrepeso-u-obesidad>
- Forbes. (2023). *Altos costos de alimentacion saludable*. Obtenido de <https://forbes.co/2023/02/01/forbes-life/altos-costos-de-alimentos-reducira-la-tendencia-a-comer-mas-saludable-estudio>
- Gaitan et al., 2. (s.f.). *Estudio de viabilidad para la creación de un restaurante de comida saludable tipo buffet en la localidad Santa Fe de la ciudad de Bogotá*. Obtenido de <https://repositorio.unbosque.edu.co/handle/20.500.12495/2514>
- Garcia et al., 2. (s.f.). *Estudio de factibilidad para conocer la viabilidad de establecer un punto de franquicia de comida rápida saludable de la marca Go Green en la ciudad de Ibagué*. Obtenido de <https://repositorio.unibague.edu.co/server/api/core/bitstreams/da7ec78b-5cfc-45fd-9ebd-3e434c2b631b/content>
- Hernandez, M. B. (2018). *Alimentacion saludable y oferta de restaurantes*. Obtenido de https://mail-attachment.googleusercontent.com/attachment/u/0/?ui=2&ik=84847d99fc&attid=0.3&permmsgid=msg-a:r-3676160727502269384&th=18b7e7d0f6de2c26&view=att&disp=inline&realattid=f_locaxdh15&saddbat=ANGjdJ8aIcwj4jm8EVMa0Wa2hMmWLjLBCoTznqTmoVBDWcsodleiadR
- Icex. (2021). *habitos-consumo-alimentos*. Obtenido de <https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/086/documentos/2021/12/documentos-anexos/habitos-consumo-alimentos-eeuu-2021.pdf>
- Laura Gaitan, J. P. (2019). *Estudio para la viabilidad de un restaurante de comida saludable Bogota*. Obtenido de https://mail-attachment.googleusercontent.com/attachment/u/0/?ui=2&ik=84847d99fc&attid=0.2&permmsgid=msg-a:r-5078888062069395645&th=18b7e854d1586f3c&view=att&disp=inline&realattid=f_locb7v5m1&saddbat=ANGjdJ9k2gYfUXIIBrPbRHbmW93iv4hlOntoT2uaTFopHfqHU1vbFt5
- Levy, N. (2019). *Financiamiento y problemas de desarrollo*. Obtenido de https://mail-attachment.googleusercontent.com/attachment/u/0/?ui=2&ik=84847d99fc&attid=0.1&permmsgid=msg-a:r1902291435841522501&view=att&disp=inline&saddbat=ANGjdJ_zShtEByv-quG0WKvH_3TZ5q5Xq0PKt0H1dAzN5swtRbWR2FiLx0uYa9XU6A2SAOg1HCBEtcc1R44tdy-8PTEpg2m3RW

- Mapfre. (2020). *La adopción de hábitos más saludables impacta en el consumo y los modelos de venta*. Obtenido de <https://www.mapfre.com/actualidad/salud/habitos-saludables-consumo/>
- Marketing Zone. (2021). *El nuevo Mindset de la alimentación saludable en Colombia*. Obtenido de <https://www.icesi.edu.co/marketingzone/el-nuevo-mindset-de-la-alimentacion-saludable-en-colombia/#:~:text=Un%20estudio%20hecho%20por%20el,para%20luchar%20contra%20la%20obesidad.>
- Mondragon, D. (2017). *Formulacion de proyecto* . Obtenido de <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1318/Formulaci%C3%B3n%20y%20Evaluaci%C3%B3n%20de%20Proyectos.pdf?sequence=1>
- Narvaez, M. (2010). *Elaboración de un plan de negocios para restaurante buffet en Bogotá*. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9250/tesis341.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Nielsen. (2019). *¿que hay en nuestra mente y en nuestra comida?* Obtenido de <https://imgcdn.larepublica.co/cms/2016/10/08011711/Informe%20de%20Consumo%20de%20Alimentos%20-%20Nielsen.pdf>
- Organizacion Mundial de la Salud. (2023). *Enfermedades No Trasmitibles*. Obtenido de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/noncommunicable-diseases>
- Ormet Tolima. (2022). *Poblacion Total de Ibague*. Obtenido de <https://ormettolima.org/ibague/>
- Palomino Duarte, K. (2018). *Plan de Negocio para la creación de un restaurante de comida saludable en el municipio Piedecuesta, Santander*”. Obtenido de <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2018/173994.pdf>
- Rodriguez , C., Bao, R., & Cardenas, L. (2014). *Evaluacion y formulacion de proyectos*. Obtenido de <https://www.marcialpons.es/libros/formulacion-y-evaluacion-de-proyectos/9789681871710/>
- Rojas, L. A. (2019). *Plan de negocios para restaurante de comida saludable*”. Obtenido de <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/173222/Plan-de-negocios-para-un-restaurante-de-comida-saludable.pdf>

