

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE  
EXCLUSIVO Y SALUDABLE “SANA TENTACIÓN” EN LA CIUDAD DE CALI

EDINSON SILVA GIRONZA  
GERALDINE GALLEGO GONZÁLEZ  
JUAN CAMILO BEDOYA RAMÍREZ

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA UNICATÓLICA LUMEN GENTIUM  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
SANTIAGO DE CALI  
2021

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE  
EXCLUSIVO Y SALUDABLE “SANA TENTACIÓN” EN LA CIUDAD DE CALI

EDINSON SILVA GIRONZA  
GERALDINE GALLEGU GONZÁLEZ  
JUAN CAMILO BEDOYA RAMÍREZ

Anteproyecto presentado para optar al título de Administrador de Empresas  
Director de trabajo de grado: Mg. Rafael Salinas Rojas

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
SANTIAGO DE CALI  
2021

## NOTA DE ACEPTACIÓN

---

---

---

---

---

---

---

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

Cali, 24 de septiembre de 2021

## **DEDICATORIA**

A Dios por ser mi guía y mi fortaleza en cada paso de mi vida.

A mis padres y hermanos por creer en mí y darme todo su apoyo durante este ciclo de la carrera, especialmente, a mi madre a quien admiro por su apoyo fundamental en mi vida, quien con sus conocimientos nos guió y acompañó en el presente proyecto.

A mis compañeros de proyecto, que con sus conocimientos brindaron aportes útiles y valiosos para el desarrollo de esta investigación.

También, agradecer mucho al profesor Rafael Salinas Rojas, quien estuvo siempre dando las mejores indicaciones para avanzar en este proyecto.

## CONTENIDO

	Pág.
1	CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN ..... 15
1.1	TÍTULO DEL PROYECTO..... 15
1.2	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN ..... 15
1.3	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN ..... 15
1.4	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN ..... 18
1.5	JUSTIFICACIÓN ..... 19
1.6	MARCO DE REFERENCIA ..... 22
1.7	ASPECTOS METODOLÓGICOS ..... 28
2	ANÁLISIS DEL MERCADO ..... 33
2.1	ANÁLISIS DEL SECTOR ..... 33
2.2	ESTRUCTURA DEL MERCADO ..... 34
2.3	CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO ..... 36
2.4	PLAN DE MERCADEO ..... 44
3	ESTUDIO TÉCNICO ..... 50
3.1	INTRODUCCIÓN ..... 50
3.2	INGENIERÍA DEL PROYECTO..... 50
3.3	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO ..... 65
3.4	TAMAÑO DEL PROYECTO ..... 77
4.	LINEAMIENTOS ORGANIZACIONAL Y LEGAL ..... 80
4.1	DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO ..... 80
4.2	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL ..... 81
4.3	MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL ..... 82
4.4	PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL ..... 83
4.5	PROCESO DE CONTRATACIÓN ..... 84
4.7	FUNDAMENTACIÓN CARGOS Y FUNCIONES ESTRATEGICAS ..... 85
5	ESTRUCTURA FINANCIERA ..... 93

5.1	INVERSIÓN INICIAL .....	93
5.2	DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS .....	96
5.3	AMORTIZACIÓN.....	97
5.4	PARÁMETROS GENERALES .....	99
5.5	GASTOS GENERALES DE VENTAS, ADMINISTRACIÓN Y PRODUCCIÓN. ....	106
5.6	COSTOS UNITARIOS DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	107
5.7	PROYECCIÓN DE COSTOS Y VENTAS.....	109
5.8	PROYECCIÓN DE IMPUESTOS. ....	110
5.9	ESTADOS FINANCIEROS.....	111
5.10	ANÁLISIS VERTICAL Y HORIZONTAL DE LOS ESTADOS FINANCIEROS 120	
5.11	RAZONES FINANCIERAS .....	120
5.12	PUNTO DE EQUILIBRIO .....	121
5.13	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	121
6	CONCLUSIONES.....	123
7	RECOMENDACIONES .....	124
8	REFERENCIAS.....	125
9	ANEXOS .....	129

## LISTA DE TABLAS

Pág

Tabla 1. Estimado ventas mensuales. ....	78
Tabla 2. Precio de venta. ....	78
Tabla 3. Ventas totales por mes. ....	78
Tabla 4. Cargos y naturaleza. ....	86
Tabla 5. Inventario inicial. ....	93
Tabla 6. Activos diferidos. ....	94
Tabla 7. Capital de trabajo. ....	95
Tabla 8. Depreciación de activos fijos. ....	96
Tabla 9. Amortización. ....	97
Tabla 10. Parámetros económicos. ....	99
Tabla 11. Márgenes brutos. ....	100
Tabla 12. Parámetros de gastos de administración y ventas. ....	100
Tabla 13. Parámetros laborales. ....	101
Tabla 14. Horario laboral. ....	102
Tabla 15. Cargos y salarios. ....	103
Tabla 16. Cargo y prestaciones de ley administración. ....	103
Tabla 17. Cargos y prestaciones equipo de producción. ....	104
Tabla 18. Cargo y prestaciones de ley administración por año. ....	105
Tabla 19. Cargos y prestaciones equipo de producción por año. ....	105
Tabla 20. Proyección de ventas. ....	106
Tabla 21. Costos. ....	107
Tabla 22. Costo unitario sin MDO y sin CIF. ....	109
Tabla 23. Ventas totales. ....	109
Tabla 24. IVA. ....	110
Tabla 25. Estado de resultados sin financiación en pesos. ....	111
Tabla 26. Estado de resultados con financiación en pesos. ....	112
Tabla 27. Flujo de caja sin financiación en pesos. ....	114
Tabla 28. Flujo de caja con financiación en pesos. ....	115

Tabla 29. Balance general proyectado sin financiación en pesos.....	116
Tabla 30. Balance general proyectado con financiación en pesos. ....	118
Tabla 31. Razones financieras para estados financieros sin financiación. ....	120
Tabla 32. Razones financieras para estados financieros con financiación. ....	120
Tabla 33. Punto de equilibrio en unidades.....	121
Tabla 34. Análisis de sensibilidad.....	121



<b>LISTA DE CUADROS</b>	<b>Pág.</b>
Cuadro 1. Cuadro metodológico .....	21
Cuadro 2. Características del producto (Hamburguesa) .....	36
Cuadro 3. Características del producto (jugos naturales) .....	37
Cuadro 4. Características del producto (Postres) .....	37
Cuadro 5. Ficha técnica del producto .....	51
Cuadro 6. Metodología para el estudio de la ingeniería del proyecto. ....	52
Cuadro 7. Tecnología computador caja registradora .....	54
Cuadro 8. Sistema de alarma .....	54
Cuadro 9. Celular corporativo .....	55
Cuadro 10. Plancha asadora .....	55
Cuadro 11. Cocina industrial en acero inoxidable.....	56
Cuadro 12. Recepción caja de cobro.....	56
Cuadro 13. Estufa .....	57
Cuadro 14. Refrigerador .....	57
Cuadro 15. Nevera.....	58
Cuadro 16. Juego de ollas .....	58
Cuadro 17. Set de cocina.....	59
Cuadro 18. Servilleteros.....	59
Cuadro 19. Licuadora .....	60
Cuadro 20. Vasos set x 6.....	60
Cuadro 21. Set de recipientes.....	61
Cuadro 22. Lámpara colgante.....	61
Cuadro 23. Materia prima (Hamburguesa saludable) .....	62
Cuadro 24. Materia prima (Jugos naturales).....	63
Cuadro 25. Materia Prima (Postres saludables) .....	63
Cuadro 26. Materia prima (pizza).....	63
Cuadro 27. Materia prima (perro).....	65
Cuadro 28. Micro localización (El Caney) .....	69
Cuadro 29. Caracterización de la población .....	69

Cuadro 30. clasificación de las empresas en Colombia.....	79
Cuadro 35. Perfil de cargo administrador.....	87
Cuadro 36. Perfil de cargo chef. ....	88
Cuadro 37. Perfil de cargo auxiliar de cocina.....	89
Cuadro 38. Perfil de cargo mesero. ....	90
Cuadro 39. Perfil de cargo cajero. ....	91

<b>LISTA DE FIGURAS</b>	Pág.
Figura 1. Flujograma servicio al cliente.....	53
Figura 2. Comuna 17 de Cali .....	68
Figura 3. Micro localización.....	68
Figura 4. Cercanía al aeropuerto .....	71
Figura 5. Cercanía al centro de la ciudad .....	72
Figura 6. Tamaño del sitio.....	76
Figura 7. Estructura organizacional. ....	82
Figura 8. Proceso de contratación. ....	84

<b>LISTA DE GRÁFICOS</b>	Pág.
Gráfico 1. Participación de hoteles restaurantes, bares y similares en el subsector comercial en Colombia 2017.....	34
Gráfico 2. Pregunta 1 ¿Consume usted comidas rápidas?.....	39
Gráfico 3. Canal de distribución .....	47
Gráfico 4. Combustible en Colombia .....	66

<b>LISTA DE IMÁGENES</b>	Pág.
Imagen 1. Bocados restaurante.....	38
Imagen 2. Ikebana comida sana .....	39
Imagen 3. Encuesta anexa al estudio de mercado .....	129

<b>LISTA DE ILUSTRACIONES</b>	Pág.
Ilustración 1. Obesidad en Colombia. ....	17

## **RESUMEN**

Este proyecto nace con la finalidad de fomentar una alimentación saludable y nutritiva, brindando los platos más alibles y exquisitos de la ciudad de Cali.

La forma de alimentarse variará con el correr de los tiempos, ya que cada día las personas piensan más en su salud y la selección de los alimentos se basa en este concepto.

Es por esto por lo que se está comenzando a desarrollar un nuevo estilo de consumo basado en la comida sana, cada vez fabricada con productos más frescos, y nutritivos.

En el mundo moderno las personas buscan más aquello que les place y les produce goce, como la buena comida.

Salir a comer o almorzar se volvió cotidiano, dejó de ser algo para celebrar. En las grandes ciudades del país, la gente trabaja lejos de sus casas y encuentra en el restaurante un espacio para socializar y hacer negocios.

Palabras claves: Restaurante, emprender, alimentación saludable.

## **ABSTRACT**

This project was born with the purpose of promoting a healthy and nutritious diet, providing the most delicious and exquisite dishes of the city of Cali.

The way of feeding will vary with the passage of time since everyday people think more about their health and the selection of food is based on this concept.

That is why it is beginning to develop a new style of consumption based on healthy food, each time made with fresher, and nutritious products.

In the modern world, people seek more for what they like and enjoy, such as good food.

Going out to lunch or lunch became every day, it stopped being something to celebrate. In the big cities of the country, key work far from their homes and find in the restaurant a space to social

## INTRODUCCIÓN

En este trabajo de grado intentamos desarrollar un proceso para la creación de una microempresa, o un pequeño negocio que pueda permitir a largo plazo el sustento propio y el de otros, por otro lado, se trabajará por la importancia de crear empresa para generar empleo a la comunidad caleña.

En los últimos años, los malos hábitos alimenticios se han convertido en un factor cotidiano por muchos motivos, como son: el tiempo, dinero y estilos de vida. Alimentarse saludablemente, además de mejorar la calidad de vida en todas las edades, ha demostrado que previene el desarrollo de enfermedades como; obesidad, diabetes, enfermedades cardio y cerebrovasculares, hipertensión arterial, dislipemia, osteoporosis, algunos tipos de cáncer, anemia e infecciones.

Con relación a lo anterior, este proyecto desea resolver la necesidad del cliente, ofreciendo un lugar donde se pueda acceder a comida fresca, nutritiva, y “tentadora”; que aparte de contener altos nutrientes sean platos exquisitos y deliciosos a un precio razonable.

“Sana Tentación”, quiere posicionarse como empresa líder en el mercado de comida saludable, generando empleo y alcanzando los más altos estándares de calidad en todas las áreas de la organización.

# **1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

## **1.1 TÍTULO DEL PROYECTO**

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE EXCLUSIVO Y SALUDABLE “SANA TENTACIÓN” EN LA CIUDAD DE CALI.

## **1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

La línea aplicada para este proyecto es la de Emprendimiento.

## **1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

No cabe duda, la comida fuera del hogar actualmente tiene gran peso en el presupuesto familiar. No obstante, un estudio elaborado por Groupon (2016), en cinco países de Latinoamérica sobre tendencias gastronómicas determinó que más de 90% de los colombianos busca comer fuera para disfrutar de una experiencia distinta.

Eso se confirma con los datos de la firma Raddar (2015), la cual señala que en 2015 la industria gastronómica representó para el país un consumo de ventas por \$30 billones y un crecimiento superior a 15%.

Dichas cifras se complementan con las de Prueba Track, de Views Colombia, el cual establecen que los colombianos comen entre cuatro y seis veces por semana fuera de sus hogares, destinando un promedio de 8% de sus gastos. El precio por comida es de \$10.200 promedio, siendo Bogotá, Medellín y Cali las ciudades con mayor incidencia (Dinero R., 2016).

Pero por otro lado está quienes buscan una alimentación de su gusto, sin tener que recurrir a varios procesos de dieta u optar por el gimnasio, es ahí donde se quiere

impactar el mercado de las comidas rápidas. “Sana Tentación” Pretende alcanzar las expectativas de los clientes, partiendo de la necesidad de verse bien consigo mismo, teniendo en cuenta la sana alimentación como factor determinante

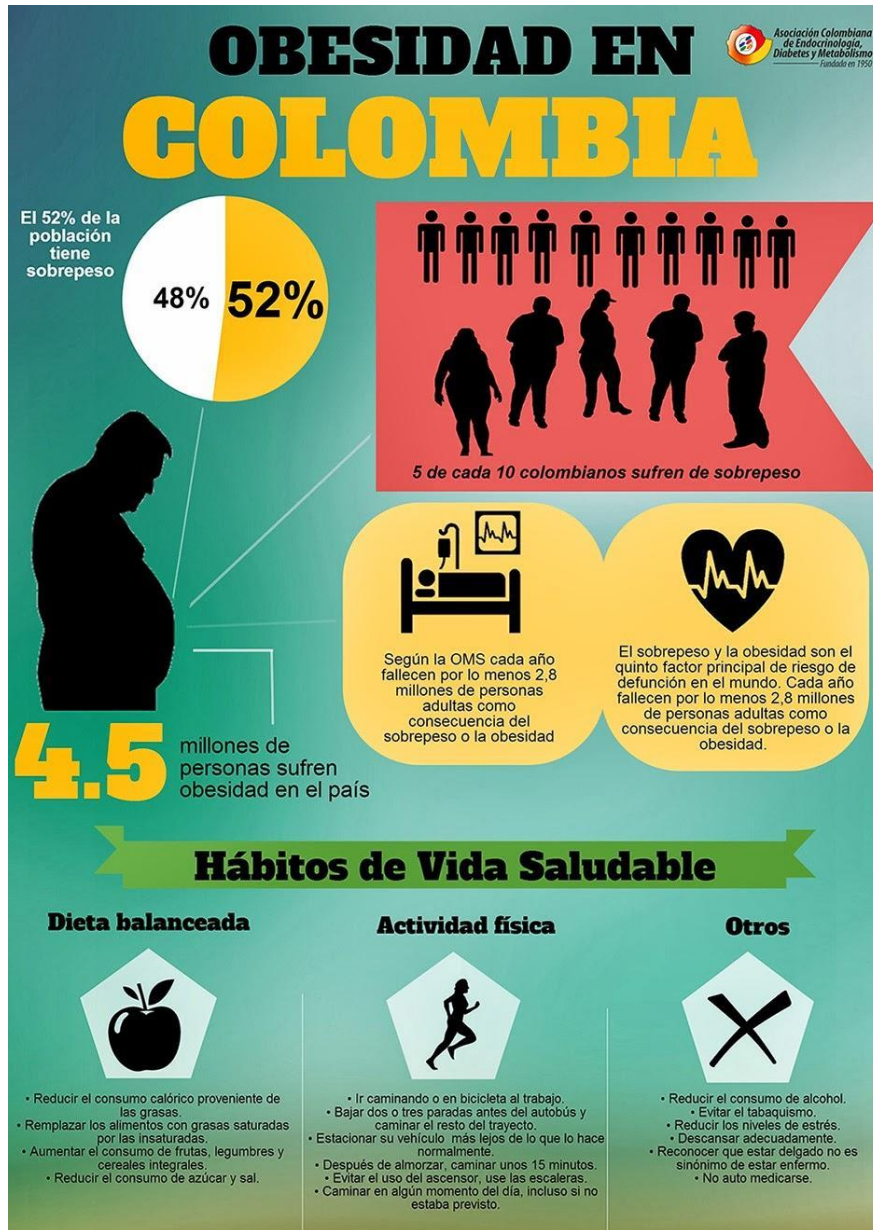
**1.3.1 Planteamiento del problema.** Los restaurantes en la actualidad presentan diferentes problemáticas que afectan la salud de la sociedad, según los estudios de la Organización Mundial de la Salud OMS (2018) para los años 2016, más de 1900 millones de adultos de 18 o más años tenían sobrepeso, de los cuales, más de 650 millones eran obesos, igualmente el 39% de los adultos de 18 o más años (un 39% de los hombres y un 40% de las mujeres) tenían sobrepeso. En general, en este año alrededor del 13% de la población adulta mundial (un 11% de los hombres y un 15% de las mujeres) eran obesos y entre 1975 y 2016, la prevalencia mundial de la obesidad se ha casi triplicado.

La causa fundamental del sobrepeso y la obesidad es un desequilibrio energético entre calorías consumidas y gastadas. Igualmente, la OMS (2018), manifiesta que hay un aumento en la ingesta de alimentos de alto contenido calórico que son ricos en grasa y un descenso en la actividad física debido a la naturaleza cada vez más sedentaria de muchas formas de trabajo, los nuevos modos de transporte y la creciente urbanización.

A menudo los cambios en los hábitos alimentarios y de actividad física son consecuencia de cambios ambientales y sociales asociados al desarrollo de la falta de políticas de apoyo en sectores como la salud; la agricultura; el transporte; la planificación urbana; el medio ambiente; el procesamiento, distribución y comercialización de alimentos, y la educación. (OMS, 2018)



Ilustración 1. Obesidad en Colombia



Fuente: (Produmedix, 2013, fig.1)

### 1.3.2 Formulación del problema.

¿Cómo realizar un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante exclusivo y saludable en la ciudad de Cali?

**1.3.3 Sistematización del problema.** En el estudio realizado se puede concluir que los caleños buscan un sitio en el cual suplir sus necesidades de alimentación saludable, encontrando otros tipos de prestación como lo es el servicio de buffet, un sitio exclusivo para eventos donde se podrá compartir no tan solo con amigos sino también en familia creando así un lugar confortable para cualquier ocasión.

## **1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1 Objetivo general.**

- Realizar un estudio de viabilidad para la creación de un restaurante exclusivo y saludable en la ciudad de Cali

### **1.4.2 Objetivos específicos.**

- Realizar un estudio de mercado que permita identificar con claridad la oferta, la demanda y la posibilidad de la creación de un restaurante exclusivo y saludable en la ciudad de Cali.
- Realizar un estudio técnico-operativo que permita identificar y determinar la ingeniería a utilizar en el proyecto y la correcta elección de la tecnología y tamaño de este.
- Plantear la organización legal para la creación de un restaurante exclusivo y saludable en la ciudad de Cali
- Realizar y evaluar a través del estudio financiero la viabilidad, sostenibilidad y plan de costos y gastos del proyecto.

## 1.5 JUSTIFICACIÓN

El sector de la gastronomía en la ciudad de Cali según Castro (2008), ha presentado un fuerte crecimiento especialmente en los últimos 4 años. El crecimiento en este periodo se calcula en un 6% anual. Contribuyendo de esta forma a un mayor dinamismo en la economía de la ciudad; esta gran dinámica se evidencia con la fuerte expansión de diferentes zonas (tales como Granada, El parque del perro, El Peñón), dedicadas especialmente a la gastronomía. Más del 80% de estos se encuentran en la zona sur y norte. El mayor porcentaje se concentra en la zona sur con un 43,69%, seguido de la zona norte con un 38.65%.

En tanto se puede decir que es posible ver que existe un vacío en el mercado de Cali (sur), la gran mayoría de los restaurantes, se están inclinando hacia la comida Fusión; pero todavía no existe un restaurante especializado en preparar comidas rápidas saludables, por esta razón se desea entrar en el negocio ya que este podrá ser un gran atractivo para quienes hacen parte de esa zona de Cali, quienes buscan algo más que sólo comer y para quienes desean comer bien sin alterar sus niveles de grasa, azúcares y/o calorías (Castro, Javeriana, 2008)

Es necesario recalcar cambios demográficos y en estilos de vida de las personas que han conducido a la creación de nuevas empresas, especializadas en el servicio de comida. Consumidores ocupados no tienen el tiempo de cocinar; es por esto por lo que buscan alternativas diferentes, como salir a comer, o pedir a domicilio. Quieren comidas sabrosas y nutritivas sin platos que lavar.

De acuerdo con el DANE, hoy el 6,71% de la canasta familiar de los colombianos corresponde a comida fuera del hogar y el 4,98% a comida en restaurantes.

Con este proyecto se pretende generar empleo en la ciudad de Cali, contar con personal altamente calificado brindando el mejor servicio a los consumidores.

**1.5.1 Teórica.** Es importante la investigación profunda de este sector para llegar a saber cuál es la necesidad que el mercado no ha llegado a cubrir en su totalidad, teniendo en cuenta que en los últimos años para la sociedad en general es de gran importancia tener una alimentación saludable, se propone la creación de un restaurante de comida sana, el cual tendrá un alto grado de aceptación por los productos que se ofrecerán, por sus precios y su ubicación, con esto se logrará potencializar y dar a conocer nuestro producto, también dando a entender con esto que para disfrutar un plato exquisito no es necesario invertir mucho dinero, ni romper la rutina alimenticia ya que los productos que se darán a conocer serán comida rápida saludable, permitiendo disfrutar de una comida deliciosa preparada en poco tiempo sin que se nos convierta en un pecado y un perjuicio para la salud, sino en un gusto para los sentidos. Mediante la investigación se determina que el mercado objetivo está conformado por empleados (hombres y mujeres) de oficinas, clínicas, bancos y habitantes ubicados en el barrio Caney con un poder adquisitivo medio-alto; cuyo rango de edad que se será entre 22 y 50 años. Finalmente, después que se analizó el proyecto se concluye que la zona de influencia definida presenta un mercado potencial que se ajusta al perfil de cliente. (Universidad de San Buenaventura,2018, párr. 1)

### 1.5.2 Metodológica.

Cuadro 1. Cuadro metodológico

Objetivos específicos	Actividades	Herramientas
Análisis del mercado	Revisión de mega tendencias alimenticias. Revisión de estadísticas. Análisis DOFA. Análisis del entorno. Plantear estrategias para penetrar el mercado	Estadísticas. Estudio y análisis del sector de comidas rápidas. Donde se realizaron encuestas de forma simultánea arrojando resultados favorables
Análisis técnico / operacional	Determinar los productos a ofrecer en la carta. Seleccionar los proveedores de materias primas. Determinar metodología de inventarios. Determinar el proceso de producción.	Conocimiento del equipo emprendedor.
Análisis financiero	Realizar el análisis de viabilidad del proyecto. Realizar la evaluación financiera. Proyección de ventas y rentabilidad. Plan de ventas y compras.	Evaluación del proyecto. Estado de resultados. Balance general.
Análisis administrativo	Definición de las características de nuestro personal. Definir la estructura organizacional. Definir mecanismos de control, políticas administrativas y remuneraciones.	Investigación e innovación

Fuente: Los autores

**1.5.3 Práctica.** El desarrollo de esta idea de negocio apunta a resolver la necesidad de fomentar una sana alimentación bajo los altos estándares de calidad de esta. La necesidad de alimentarse sanamente sin cambiar el formato de las comidas rápidas se ha convertido en prioridad de las personas que buscan comer

fuera de casa varias veces a la semana, para ello, se realiza un estudio de mercado y de acuerdo a los resultados se contribuirá a alcanzar la necesidad demandada.

## **1.6 MARCO DE REFERENCIA**

Un plan de negocios es un proceso de estudio integral de la oportunidad de negocio buscando Dar respuestas adecuadas como lo manifiesta Varela (2001), este se realiza en un momento específico y da respuesta a las cinco preguntas que todo empresario, inversionista, proveedor, desea resolver o dar solución.

- ¿qué es y en que consiste un negocio?
- ¿cuáles son las causa y razones del éxito?
- ¿Quién digiera el negocio?
- ¿cuáles son los mecanismos y las estrategias que se van a utilizar para lograr las metas previstas?
- ¿Qué recursos se requieren para llevar a cabo la empresa y qué estrategias se va a usar para conseguirlos?

Si es cierto que en esencia un plan de negocios indicara como se debe operar una empresa desde la conceptualización teórica y que igual mente puede encontrar algunas diferencias con la realidad, es importante contar con un supuesto que atreves de estudios de operaciones, estudios de mercado, administración y análisis financiero permitirá validar la creación de una nueva empresa o la expansión de esta.

**1.6.1 Referente histórico.** Desde hace muchos años estos denominados casas de comidas, donde se prestaba un servicio de alimentación, los alimentos sobre todo algunos en particular, indicaba el nivel económico y social de quien los poseía en ese entonces, al transcurrir el tiempo la parte gastronómica fue

evolucionando, pasando de comederos simples a grandes estructuras con gran nivel de modernidad ofreciendo también una amplia variedad de platos.

En la actualidad los restaurantes se pueden clasificar de la siguiente manera.

- Restaurantes tipo buffet (tenedor libre)
- Restaurantes temáticos
- Restaurantes de comida rápida
- Restaurantes temáticos
- Restaurantes bares
- Restaurantes gourmet
- Restaurantes temáticos

Sana Tentación estará clasificado como un restaurante de comida rápida porque se brindará alimentos de gran calidad y se servirán a la mesa. El pedido es "a la carta" o se elegirá un "menú", por lo que los alimentos se cocinan al momento de hacer el pedido, y el costo dependerá del servicio y de la calidad de los platos que se consuman.

**1.6.2 Referencia teórico.** El negocio que estará ubicado en el sector del Caney (Cali valle del cauca) tendrá como referencia de mercado una competencia de monopolio, ya que en esta localidad será el único restaurante cuya especialidad es preparar platos con un toque innovador el cual lograra una gran aceptabilidad en el mercado.

Para el desarrollo del proyecto se tendrá en cuenta como base la teoría la creación de la empresa enfocada hacia el negocio de los restaurantes, debido a que el sector servicios tiene una gran participación dentro del contexto económico. De la misma

manera se tendrá en como referencia las normas y leyes que se deben tener en cuenta para la ejecución del proyecto en donde se parte de una hipótesis que se basa del pensamiento lógico de la sociedad en donde las personas necesitan satisfacer sus necesidades básicas para su subsistencia.

### **1.6.3 Referente conceptual.**

#### **1.6.3.1 Generalidades.**

“El término marco conceptual se utiliza básicamente en el ámbito de la investigación con carácter científico. Por marco conceptual se entiende la representación general de toda la información que se maneja en el proceso de investigación”. (Definición ABC,2015, párr. 1).

#### **1.6.3.2 Definición de conceptos.**

- Proyecto.

*“Hace referencia a la planificación o concreción de un conjunto de acciones que se van a llevar a cabo para conseguir un fin determinado, unos objetivos concretos”.* (OBS,2019, párr. 2).

*“Todo proyecto debe buscar un cambio, proponer una respuesta creativa e inteligente a las necesidades planteada”.* (OBS,2019, párr. 3).

El enfoque que asume el presente trabajo está en la línea de “planificación”, que es lo que se quiere llevar a cabo.

A lo largo de la historia distintos autores han definido lo que es la planificación. Entre ellos encontramos:

Jiménez (1982) *“La planificación es un proceso de toma de decisiones para alcanzar un futuro deseado, teniendo en cuenta la situación actual y los factores internos y externos que pueden influir en el logro de los objetivos”.* (párr. 14).



Cortés (1998) *“Es el proceso de definir el curso de acción y los procedimientos requeridos para alcanzar los objetivos y metas. El plan establece lo que hay que hacer para llegar al estado final deseado”*. (párr. 13).

Entendiéndose que este proceso de planificación es muy importante, ya que permite seguir unos lineamientos para el cumplimiento de la meta que se tiene.

- Creación.

*“Se entiende por creación la acción y efecto de inventar, establecer o instituir algo que anteriormente no existía ni posee antecedentes. La palabra creación deriva del latín creatio”*. (Significados.com,2018, párr. 1).

*Sin embargo, como creación se conoce todo aquello que surge de manera inédita y original. Los seres humanos son los únicos seres vivos capaces de crear objetos, teorías, obras artísticas, equipos tecnológicos, así como, instituir y establecer puestos de trabajo, métodos de gestión, entre otros*. (Significados.com,2018, párr. 3).

*“En general, la creación se refiere a la acción de crear algo inédito cuyo efecto sea buscar una solución a alguna dificultad, facilitar una tarea o dar respuesta a una duda”*. (Significados.com,2018, párr. 5).

Teniendo en cuenta los significados anteriores, la creación del restaurante *Sana Tentación*, se basa en dar respuesta a una necesidad observada en la comunidad.

- Restaurante.

*El restaurante es aquel establecimiento o comercio en el cual se ofrece a los clientes comidas y bebidas de diverso tipo para su consumo in situ, es decir, las personas que asisten a un restaurante se sientan en las mesas que este tiene dispuestas, eligen aquello que quieren comer y beber de una carta o menú que se les facilita, lo ordenan a un mozo o camarero, y una vez listos los alimentos y bebidas se los sirve*

*en a la mesa para que consuman el pedido allí mismo (Definición ABC,2009, párr. 2).*

*Un restaurante (o restaurant como también puede conocerse) es un espacio público ya que cualquier persona puede acceder a él. Sin embargo, no es una entidad de bien público ya que el servicio de alimentación se otorga a los clientes a cambio de un pago y no gratuitamente (Definición ABC,2009, párr. 3).*

- Emprendimiento.

En nuestro idioma se utiliza el término de emprendimiento para designar a aquel negocio que llevó a cabo y gestiona un individuo por sus propios medios y esfuerzos y es gracias a él, a los beneficios económicos que este le reporta que se mantiene, es decir, quien impulsa, una idea, un emprendimiento no se encontrará trabajando en relación de dependencia sino que será el dueño de su comercio o negocio y quien además de invertir sus recursos asumirá los costos e ingresos totales que del mismo devienen (Definición ABC,2014, Párr. 1).

#### **1.6.4 Referente legal.** Normas técnicas sectoriales:

- NTS- establecimientos gastronómicos
- Norma técnica sectorial colombiana NTS- USNA 001. Preparación de alimentos de acuerdo con el orden de producción. 2015.
- Norma técnica sectorial colombiana NTS- USNA 002. Servicio de alimentos y bebidas de acuerdo con estándares técnicos. 2015.
- Norma técnica sectorial colombiana NTS –USNA 003. Control en el manejo de materia prima e insumos en el área de producción de alimentos conforme a requisitos de calidad. 2016.

- Norma técnica sectorial colombiana NTS-USNA 004. Manejo de recursos cumpliendo con el presupuesto y el plan de trabajo definido por el establecimiento gastronómico. 2016.
- Norma técnica sectorial colombiana NTS-USNA 005. Actualización. Coordinación de la producción de alimentos de acuerdo con los estándares procedimientos y estándares establecidos, 2018.
- Norma técnica sectorial colombiana NTS - USNA 007. Norma sanitaria de manipulación de alimentos, 2017
- Norma técnica sectorial colombiana NTS-USNA 006. Actualización. Infraestructura básica en establecimientos de la industria gastronómica, 2012.
- Norma técnica sectorial colombiana NTS-USNA 008. Actualización. categorización de restaurantes por tenedores, 2018
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 009. Seguridad industrial para restaurantes, 2007
- Norma técnica sectorial colombiana NTS-USNA 010. Servicio al cliente en establecimientos de comida rápida, 2007.
- Norma técnica sectorial colombiana NTS-USNA 011. Buenas prácticas para la prestación del servicio en restaurantes 2012 (Mincomercio, normas técnicas sectoriales, 2019)

El presidente de la república de Colombia, en ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, en especial las que le confiere el numeral 11 del artículo 189 de la Constitución Política, decreta:

Artículo 1. Requisitos documentales exigibles a los establecimientos de comercio para su apertura y operación. Las autoridades distritales y municipales al momento

de realizar visitas de control solo podrán exigir a los propietarios de establecimientos de comercio, los siguientes documentos:

- Matrícula mercantil vigente expedida por la Cámara de Comercio respectiva
- Comprobante de pago expedido por la autoridad legalmente competente, de acuerdo con lo dispuesto por la Ley 23 de 1982 y demás normas complementarias, solamente cuando en el establecimiento se ejecuten públicamente obras musicales causantes de pago por derechos de autor
- Registro Nacional de turismo, tratándose de prestadores de servicios turísticos a que se refiere el artículo 13 de la Ley 1101 de 2006. Recuperado de (Minsalud, 2008)

## **1.7 ASPECTOS METODOLÓGICOS**

**1.7.1 Tipo de estudios.** Según los aspectos metodológicos, existen varios tipos de estudio los cuales ayudan a llevar a cabo una sistematización de los datos que serán necesarios para la evaluación del proyecto.

**1.7.1.1 Estudio exploratorio.** En esta investigación se manejará un enfoque exploratorio analítico, por cuanto se enfocará en la búsqueda de datos para así hacer predicciones en cuanto al comportamiento de los consumidores de este sector de Cali, generando así causas y efectos al ejecutar el proyecto de creación de un restaurante de comidas rápidas saludables en el sector del caney mirando así la factibilidad de esta.

**1.7.1.2 Estudio descriptivo.** la presente investigación tiene un alcance descriptivo el cual busca analizar la situación actual de las comidas saludables de la zona ,identificando algunas características culturales de las personas habitantes de este sector cuáles son sus gustos, preferencias ,hábitos que puedan dar solides al

estudio de mercado para proyectar la creación de un restaurante de comidas rápidas saludable, se utilizara una encuesta y otras investigaciones referidas a indagar más sobre los hábitos de los consumidores en cuanto a comidas rápidas se refiere ,con esta investigación se busca describir el ambiente interno y externo de la empresa ,analizando la reacción e interacción de algunas variables para crear una estrategia competitiva que permita visualizar la rentabilidad que pueda tener la empresa.

**1.7.2 Método de investigación.** Para desarrollar presente investigación se utiliza un tipo paradigma cuantitativo ,los cuales son una herramienta que sirve para cuantificar de forma estadística la información obtenida en encuestas de preguntas cerradas que se aplicaron luego de determinar la muestra, estas encuestas realizadas se evaluaron los comportamientos de los futuros clientes de sana tentación para saber cuáles eran sus posibles gustos, estas encuestas se aplicaron mediante encuesta personal ,con esta herramienta se pretende identificar mejor el problema para poderle dar una respuesta acertada.

**1.7.2.1 Método de observación.** En ese proceso se van a percibir la opiniones o sugerencias de los futuros clientes, Quienes van a dar un punto de vista favorable tanto en el servicio como en la comida, Con este tipo de herramienta, se trató de investigar el comportamiento de los consumidores el momento de ingresar a un local de comida, sus preferencias, motivos por el cual el cliente permanece por un determinado tiempo. Además, se verificará la cantidad de personas que acuden de 4:00 pm a 12:00 am de la noche entre semana y fines de semana de 2:00 pm a 2:00 am, el cual estará ubicada al sur de Cali.

**1.7.2.2 Método de análisis.** Este proyecto se puede observar desde una perspectiva totalmente diferente para lograr analizar cada una de las áreas que lo componen:

- Área administrativa. Esta área es la encargada de liderar procesos dentro de la organización, establecer metas, tomar decisiones y lograr un óptimo clímax organizacional. Adicionalmente, los procesos de RRHH estarán a cargo de esta área.
- Área comercial. Esta área es la encargada de crear atención del nuevo cliente, aplicando estrategias de mercadeo con el fin de penetrar todo el segmento y dar a conocer la oferta que *Sana Tentación* está ofreciendo al mercado.
- Área financiera. Esta área es la encargada de gestionar capital, ya sea por créditos, aportes sociales o préstamos para cubrir necesidades de la empresa, tales como: pago a proveedores, compra de equipos e inmuebles, etc. Además, deberá legalizar cada una de entradas y/o salidas de la empresa.

**1.7.2.3 Método de encuesta.** Las encuestas realizadas se basaron en preguntas de tipo cerrada con el fin de darle facilidad al cliente de responder concretamente, estas se hicieron con el propósito de recolectar información y opiniones, dando con esta respuesta a la incógnita de saber si esta nueva idea de negocio es viable o que ideas se podían cambiar de esta, a continuación, se realiza una síntesis de los resultados obtenidos de las encuestas:

Con las encuestas se pudo observar que las personas suelen acudir casi siempre a restaurantes que ofrecen comidas rápidas por cuestiones de tiempo, cuando se presentó la idea de negocio que tiene sana tentación, las personas se notaron interesadas debido que se les nombro que el propósito que se tiene con este proyecto es romper esquemas y demostrar que si es posible acudir a comidas rápidas sin necesidad de romper una dieta balanceada, debido a esto el 100% de las personas encuestadas están dispuestos a consumir comidas rápidas saludable.

### **1.7.3 Fuentes y técnicas para recolección de información.**

**1.7.3.1 Fuentes primarias.** Esta información se obtendrá a través de una serie de encuestas que se le harán a una población de 100 personas. Estas encuestas serán diseñadas con el fin de investigar y recopilar información verás a cerca de sus gustos y preferencias con respecto a la comida saludable para garantizar el nivel de satisfacción al probar los productos ofrecidos. También aportará información relevante que nos ayudará a saber que piensa la gente, que se debe mejorar y plantear para este proyecto con el fin de que este sea exitoso.

**1.7.3.2 Fuentes secundarias.** Para tener información secundaria se utilizarán distintos sitios web que brindan distintas ideas de diseños de restaurantes. Tanto modernos como antiguos espacios que se deben tener para la creación de un restaurante, instalaciones, herramientas e instrumentos de cocina que serían esenciales para la creación de este, también se busca encontrar páginas que brinden información de cómo crear una empresa, requisitos que se necesitan para la creación de leyes y normas que se deben cumplir.

**1.7.4 Tratamiento de la información.** El tratamiento de la información obtenida puede que sea un poco difícil de buscar y encontrarla, ya que en la actualidad se tiene cierta facilidad para acceder a información en la web, libros u otros medios. Es por eso, se debe tener cuidado al momento de recopilar información veraz, como en este caso; que la información obtenida nos permitió conocer datos reales del sector económico, oferta y demanda actual, situación de la ciudad, etc. Que, en conclusión, ayuda a fomentar el emprendimiento con base en datos reales del sector al cual se está apuntando.

**1.7.4.1 Técnicas estadísticas.** Las estadísticas obtenidas permiten cuantificar la realidad y así tener resultados verídicos de los elementos que se tienen a disposición en la investigación. Dichos datos dan la ruta hacia un mejor análisis e

interrogantes que con la ayuda de la estadística se intenta responder ampliamente a ellos.

Con esta técnica se pretende conocer realmente la necesidad del cliente, partiendo de los resultados que se obtengan en el desarrollo de esta técnica.

**1.7.4.2 Resultados esperados.** Los resultados que se esperan con el desarrollo del proyecto de investigación son los siguientes:

- Con el análisis del contexto, se espera como resultado determinar los problemas o fallas que se están teniendo en el mercado para con esto realizar una propuesta de impacto y llegar a ser líderes en el sector
- Cumplir con todos los aspectos técnicos operativos que se necesitan para la producción del servicio que sana tentación desea prestar, esto con el fin de alcanzar las expectativas que tienen las personas del proyecto planteado.
- Obedecer las normas y leyes que rigen a los restaurantes para el cumplimiento de los requisitos higiénicos-sanitarios que exige la ley para no poner en riesgo la salud de la comunidad.
- Obtener buenos resultados del estudio de factibilidad, el cual pueda cubrir con los costos y gastos que se tendrán para la realización del proyecto.



## 2 ANÁLISIS DEL MERCADO

El objetivo principal de este análisis es determinar la aceptación del producto en el mercado y ver este sector cuanta participación tiene frente a otros.

### 2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR

*El sector gastronómico en Colombia y en particular en Cali está en crecimiento y representa una opción bastante atractiva para los inversionistas extranjeros, así como para los nacionales. Inclusive mundialmente se está alabando el buen momento que tiene la gastronomía colombiana; revistas especializadas han destacado la excelente oferta gastronómica que ciudades como Bogotá y Cali presentan (Castro, Javeriana, 2008)*

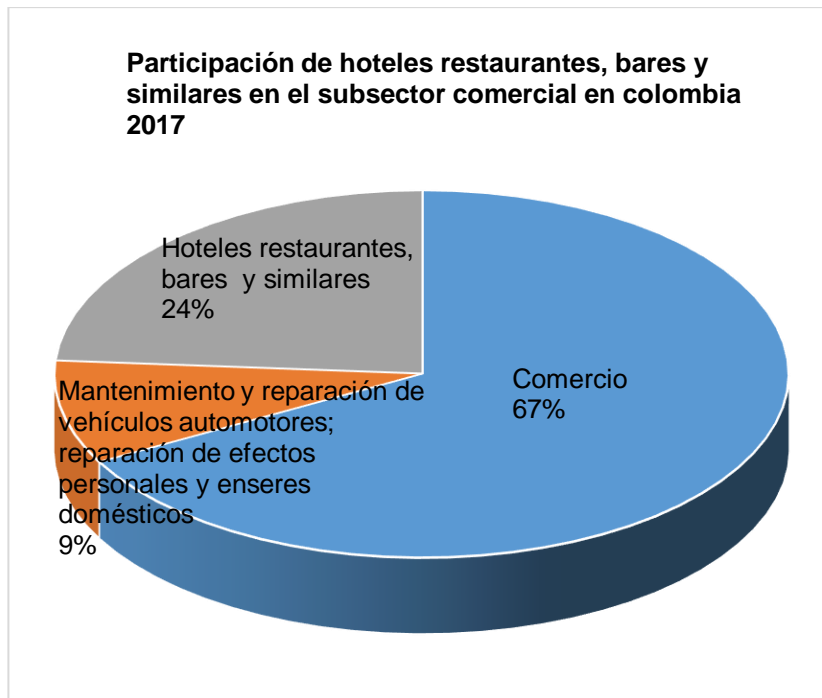
En el subsector de comercio, reparación, restaurantes y hoteles; podemos observar la participación de sus ramas de actividad las cuales se distribuyen de la siguiente manera:

La rama con mayor participación en el subsector de comercio, reparación, restaurantes y hoteles fue la del comercio con un porcentaje de 67% equivalente a \$45.049 miles de millones de pesos.

La siguiente rama de actividad fue la de hoteles, restaurantes, bares y similares con un porcentaje de 24% equivalente a \$16.035 miles de millones de pesos.

Por último, la rama con menos participación en este subsector es la de mantenimiento y reparación de vehículos automotores; reparación de efectos personales y enseres domésticos con un porcentaje de 9% equivalente a \$6.133 miles de millones de pesos.

Gráfico 1. Participación de hoteles restaurantes, bares y similares en el subsector comercial en Colombia 2017



Fuente: Los autores a partir de Google docs.

Con respecto al análisis anterior, se puede evidenciar que la rama de actividad de bares y restaurantes tiene una alta participación con un 14% equivalente a \$45.049 miles de millones de pesos, lo que quiere decir, que es un sector viable con una alta demanda en el mercado.

## 2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO

Este negocio se basa en la estructura de mercado llamada oligopolio, dado que pocas empresas ofrecen estos beneficios y el número de consumidores es grande. Muchas personas quieren conocer una alternativa diferente de las comidas rápidas, por ello esta es una competencia imperfecta, ya que no es tan fácil encontrar un restaurante que ofrezca este tipo de servicio en la ciudad, pero si hay empresas ofreciendo servicios similares.

**2.2.1 Análisis de demanda.** En los últimos años se ha venido aumentando el gusto por la comida, cada vez más los clientes buscan nuevos lugares a donde ir y no solamente buscan un sitio donde comer, sino un lugar en donde se coma saludablemente.

La buena salud ha hecho que los clientes partan de la buena alimentación, factores como la grasa, calorías, azúcares y entre otros son de alta importancia a la hora de consumir comidas rápidas saludables. “Sana Tentación” surge a partir de esa necesidad.

El consumo fuera de casa ya no se limita a las meriendas o medias mañanas en una panadería, ni tampoco a la visita a un restaurante en fechas especiales. Por lo menos 42% de los colombianos almuerza o cena al menos una vez a la semana fuera de su casa (Cadena, 2018)

A continuación, se sacará la demanda promedio de sana tentación tomando en cuenta la información anterior.

Colombia □ 42% de las personas almuerzan/cenan fuera de casa 1 vez por semana

Comuna 17 □  $103.975 \text{ habitantes} * 42\% = 43.669 / 7 = 6.238$

Con lo anterior se puede ver que se multiplica la cantidad de habitantes de la comuna 17 por el 42% dando un total de 43.669 y este resultado se divide en 7 días que tiene la semana para dar un total de 6.238 personas que almuerzan o cenar fuera de casa 1 vez por semana, lo que quiere decir que sana tentación se estará dirigiendo a 6.238 personas en promedio, esta demanda se divide en los diferentes restaurantes con los que cuenta la comuna 17 dependiendo de los gustos que las personas tengan.

**2.2.2 Análisis de la oferta.** Restaurantes como Ikebana y Bocados cuentan con platos, tales como comida vegetariana, pero la comida rápida saludable no es su especialidad, razón por la cual se quiere llegar a ese segmento de mercado.

Se pretende ofrecer la comida rápida saludable más exquisita de Cali, un espacio de ambiente agradable y acompañado del mejor servicio. Todo esto con el objetivo de que los clientes se sientan bien y deseen regresar.

### 2.3 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO

Sana Tentación busca ofrecer un producto de consumo masivo, los cuales son muy altos en nutrientes y bajos en grasa.

Los productos tienen las siguientes especificaciones:

Componentes del producto:

Cuadro 2. Características del producto (Hamburguesa)

Producto	Descripción
<p data-bbox="313 993 488 1024">Hamburguesa.</p>  <p data-bbox="313 1396 722 1428">(La casa de les lletres, 2015, fig.1)</p>	<p data-bbox="899 993 1370 1071">Ingredientes para la elaboración de una hamburguesa saludable y nutritiva.</p> <ul data-bbox="899 1087 1195 1402" style="list-style-type: none"><li data-bbox="899 1087 1089 1119">• Pan integral</li><li data-bbox="899 1136 1122 1167">• Aceite de oliva</li><li data-bbox="899 1184 1159 1215">• Carne de lentejas</li><li data-bbox="899 1232 1162 1264">• Cebolla cabezona</li><li data-bbox="899 1281 1052 1312">• Lechuga</li><li data-bbox="899 1329 1195 1360">• Queso bajo en grasa</li><li data-bbox="899 1377 1040 1409">• Tomate</li></ul>

Fuente: Los autores.

Cuadro 3. Características del producto (jugos naturales)

Producto	Descripción
<p>Jugos naturales</p>  <p>(El universo, 2013, fig.1)</p>	<p>Ingredientes de jugos ricos en nutrientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zanahoria</li> <li>• Naranjas</li> <li>• Rodaja de piña</li> <li>• Remolacha</li> <li>• Tallo de apio</li> <li>• Manzanas</li> <li>• Lechuga</li> <li>• Una cucharada de miel</li> <li>• Limones</li> </ul>

Fuente: Los autores.

Cuadro 4. Características del producto (Postres)

Producto	Descripción
<p>Postres</p>  <p>(Postres saludables, 2014, fig.3)</p>	<p>Ingredientes para la elaboración de postres saludables.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Yogurt griego sin azúcar</li> <li>• Queso</li> <li>• Harina de coco</li> <li>• Huevos</li> <li>• Estevia</li> <li>• Mermelada natural</li> </ul>

Fuente: Los autores.

Todos estos, son altamente nutritivos, bajos en grasas, en azúcares y ricos en proteínas.

Tamaño: Grande y pequeño.

**2.3.1 Clientes.** “Sana Tentación”, se va a dirigir a hombres y mujeres de la ciudad de Cali (especialmente de la zona sur), entre 18 y 60 años, con un nivel de ingresos promedio entre 2 y 3 salarios MMLV y un estrato socioeconómico medio-alto, que para ellos sea fundamental la salud y la buena alimentación.

**2.3.2 Competencia.** Podemos explicar cómo competencias todos aquellos restaurantes dedicados a la venta de comida saludable, ya que las personas pueden tomar la decisión de ir a comer otro tipo de comida en vez de ir a un restaurante de comida nutritiva y saludable.

Por lo tanto, queda claro que muchos de los consumidores se interesaran cuando se les propone un plato o un menú distintos, o servicio de los cual se destaca y se diferencia nuestro restaurante de los demás, como puntos fuertes de nuestro restaurante es la comida saludable, el salón de eventos, sala de recreación para niños y comida estilo bufé el cual estará ubicado al sur de Cali.

Por esta razón las competencias que tendríamos en el sector del sur de Cali, que brindaría un menú similar de comida saludables serían los siguientes:

Imagen 1. Bocados restaurante



Fuente: (Bocados restaurante, 2016, fig. 1)

Imagen 2. Ikebana comida sana



Fuente: (Ikebana Comida Sana, 2016, fig. 1)

### 2.3.3 Diseño de la investigación

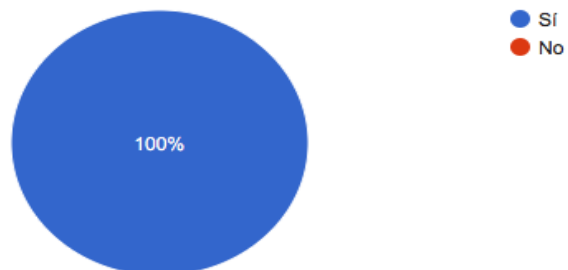
Instrumento: Encuesta

Muestra: 100 personas

Gráfico 2. Pregunta 1 ¿Consume usted comidas rápidas?

¿Consume usted comidas rápidas?

10 respuestas



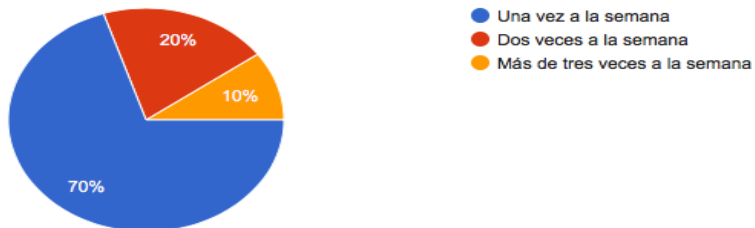
Fuente: Los autores a partir de Google docs.

El 100% de las personas encuestadas consumen comidas rápidas.

Gráfico 3. Pregunta 2 ¿Con qué frecuencia consume comidas rápidas?

**¿Con que frecuencia consume comidas rápidas?**

10 respuestas



Fuente: Los autores a partir de Google docs.

El 70% de las personas encuestadas consumen una vez por semana comidas rápidas.

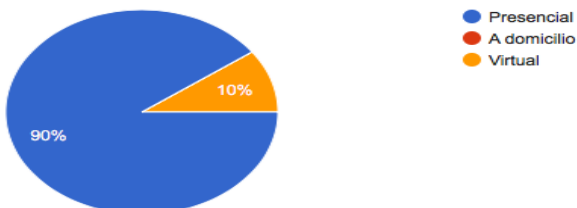
El 20% de las personas encuestadas consumen dos veces por semana comidas rápidas.

El 10% de las personas encuestadas consumen más de tres veces a la semana comidas rápidas.

Gráfico 4. Pregunta 3 ¿Cómo prefiere usted el servicio de atención?

**¿Cómo prefiere usted el servicio de atención?**

10 respuestas



Fuente: Los autores a partir de Google docs.

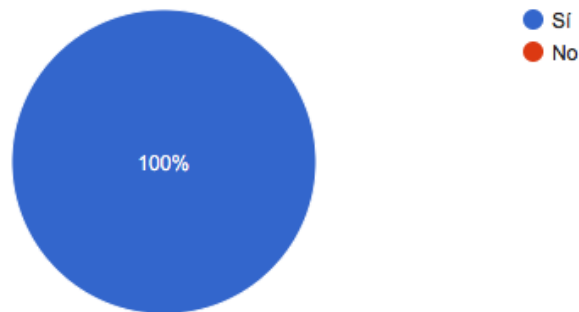


El 90% de las personas encuestadas prefieren el servicio de atención presencial y el 10% lo prefieren virtual.

Gráfico 5. Pregunta 4 ¿Estaría dispuesto a consumir comidas rápidas saludables?

### ¿Estaría dispuesto a consumir comidas rápidas saludables?

10 respuestas



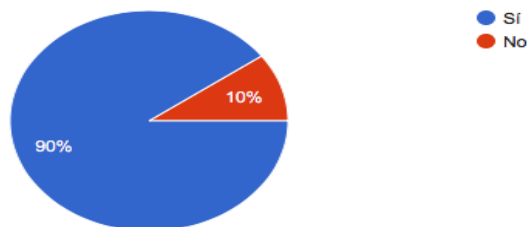
Fuente: Los autores a partir de Google docs.

El 100% de las personas encuestadas están dispuestos a consumir comidas rápidas saludable.

Gráfico 6. Pregunta 5 ¿Optaría usted por consumir hamburguesa con carne vegetariana y salsas bajas en grasa?

### ¿Optaría usted por consumir hamburguesa con carne vegetariana y salsas bajas en grasa?

10 respuestas



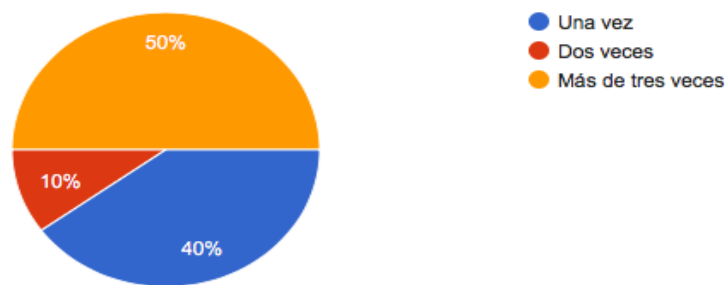
Fuente: Los autores a partir de Google docs.

El 90% de las personas encuestadas optarían por consumir hamburguesa con carne vegetariana y salsas bajas en grasa.

Gráfico 7. Pregunta 6 ¿Cuántas veces a la semana consume usted comida saludable?

### ¿Cuántas veces a la semana consume usted comida saludable?

10 respuestas



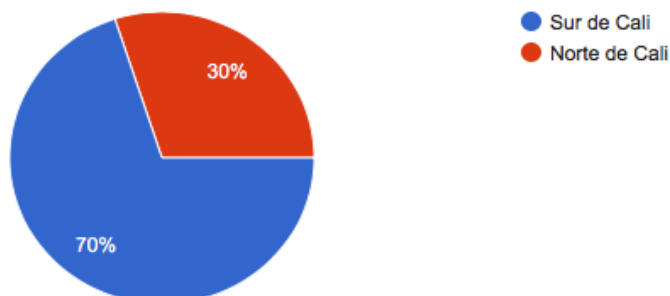
Fuente: Los autores a partir de Google docs.

El 50% de las personas encuestadas consumen comida saludable más de tres veces a la semana, el 40% solo una vez a la semana y el 10% dos veces a la semana.

Gráfico 8. Pregunta 7 ¿En qué zona de Cali le gustaría contar con este servicio?

### ¿En que zona de Cali le gustaría contar con este servicio?

10 respuestas



Fuente: Los autores a partir de Google docs.

El 70% de las personas encuestadas les gustaría contar con este servicio en el sur de Cali y el 30% le gustaría en el norte de Cali.

Gráfico 9. Pregunta 8 ¿A través de que medio le gustaría recibir información sobre este servicio?

### A través de que medio le gustaría recibir información sobre este servicio?

10 respuestas



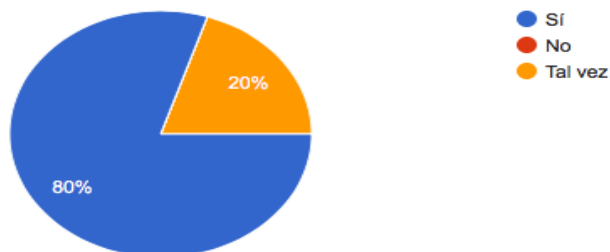
Fuente: Los autores a partir de Google docs.

El 100% de las personas encuestadas les gustaría recibir información sobre este servicio por redes sociales.

Gráfico 10. pregunta 9 ¿Optaría usted por cambiar la comida rápida tradicional por comida rápida saludable?

### ¿Optaría usted por cambiar la comida rápida tradicional por comida rápida saludable?

10 respuestas



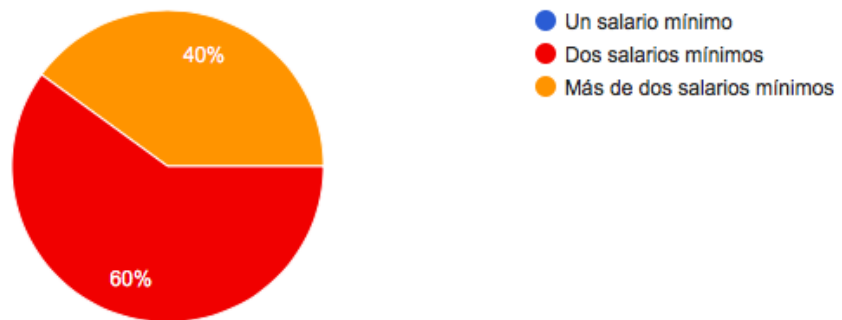
Fuente: Los autores a partir de Google docs.

El 80% de las personas encuestadas sí optarían por cambiar la comida rápida tradicional por comida rápida saludable el 20% tal vez.

Gráfico 11. Pregunta 10 ¿Cuál es su nivel de ingresos?

### Cuál es su nivel de ingresos?

10 respuestas



Fuente: Los autores a partir de Google docs.

El 60% de las personas encuestadas, ganan más de dos salarios mínimos, el 40% ganan dos salarios mínimos.

## 2.4 PLAN DE MERCADEO

Se determinan las estrategias que se van a utilizar para lograr los resultados previstos en términos de venta y servicio para lograr estos objetivos y alcanzar que la empresa pueda ganar un reconocimiento más rápido en la capital del Valle y así podemos expandir de manera considerable implementaremos un plan de marketing el cual se basará en crear contenidos para blog dentro de la página web, el pago de avisos publicitarios en todas las redes sociales, aparecer en portales especializados, a partir de esto nos registraremos en plataformas que ofrezcan un extra al consumidor como webs de reserva o aquellas que hagan entregas a domicilio para lograr obtener una mayor fidelización, en tanto a las redes sociales

podemos crear un perfil en Facebook e Instagram donde puedan ver todo lo relacionado con la carta, un chat web con respuestas automáticas que permita a los clientes ponerse en contacto para hacer sus reservaciones de forma ágil y efectiva.

**2.4.1 Estrategia de precios. Precio de penetración:** Esta estrategia es muy habitual en productos de nuevo lanzamiento, tratando de buscar un impacto con precios por debajo del valor de mercado; la anterior estrategia sería viable para el lanzamiento del producto al mercado con el objetivo de crear atracción y estimular al cliente a elegir el producto.

**Precio promocional:** Esta estrategia sirve para hacer algún descuento en el precio del producto, a esta se le daría uso con el propósito de mantener a los clientes fieles satisfechos y de atraer a otros, a continuación, se nombrarán algunos de los precios promocionales que se tendrán en cuenta:

Descuentos al pagar en efectivo 5%.

Bebidas de cortesía entre clientes habituales.

Por la compra de su combo lleve su bebida totalmente gratis.

**Precio psicológico:** Esta estrategia es muy común y resulta ser viable por que puede aumentar sus ventas sin reducir significativamente los costos. A continuación, se mostrará un ejemplo de esta estrategia:  
hamburguesa grande nutricional.

antes \$5.500

ahora extragrande por tan solo \$4.990

**Precios geográficos:** Esta estrategia de precio será fijada dependiendo el lugar donde se encuentre ubicada cada sede, brindando buenos precios para el consumo masivo de los productos. ejemplo:  
Si es estrato 1, 2, 3 será a un menor coste.

Si es estrato 4, 5, 6 será a un mayor coste.

**2.4.2 Estrategia de venta.** Las estrategias de venta permiten tener una mayor efectividad a la hora de ofrecer el producto a los clientes y que estos deseen adquirir el servicio, a continuación, se nombraran las que tendrá en cuenta “Sana Tentación”.

**Participar en ferias:** hacer uso de esta estrategia es una gran opción para dar a conocer un producto y conseguir clientes con los que se pueda mantener una relación.

**Participar en redes sociales:** esta es una estrategia de venta efectiva debido al gran alcance que hoy en día tienen las redes sociales tales como Facebook, Twitter, Instagram y YouTube así que participar activamente en ellas hará que el reconocimiento de la empresa sea aún más rápido.

**Brindar servicios adicionales:** Esto hace más interesante el producto en comparación con la competencia aumentando la probabilidad de compra. Una de las opciones de servicio adicional gratuito que no suponen un gran coste añadido para la empresa, pero sí consiguen diferenciarte de la competencia es la Entrega a domicilio.

**Atender con mayor rapidez:** Ya sea para la toma de pedidos, entrega del producto o a la hora de brindar el servicio, esta estrategia es muy conveniente tanto para el cliente como para la empresa porque permite atender a más clientes en menos tiempo y así mismo poder brindar una mejor atención y con esto tener más posibilidades de que vuelvan a visitar el sitio.

**Usar testimonios de clientes satisfechos:** Para el uso de esta estrategia se debe tener en cuenta las redes sociales y páginas web con el propósito de atraer más clientes.

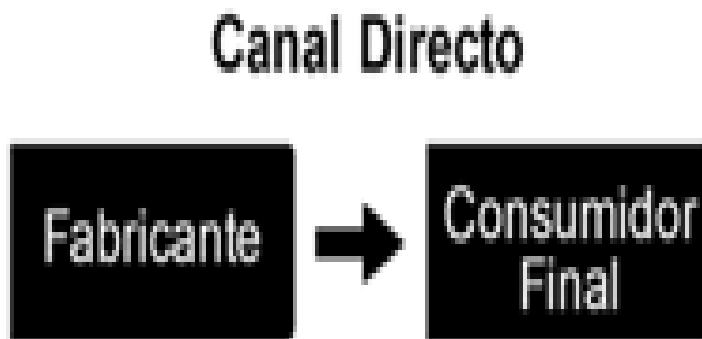
**Cambio de precio:** El precio de un producto o servicio es de gran importancia, subir los precios o tener precios mayores a los de la competencia muchas veces es mejor estrategia que bajarlos porque da confianza al cliente que está comprando un producto de calidad.

**2.4.3 Estrategia promocional.** “Sana Tentación”, implementará una estrategia única, la cual será de implementar un día a la semana (viernes) descuentos en sus postres, ya que estos van a ser uno de sus fuertes; “Sana Locura”, será el nombre de la campaña publicitaria.

Así mismo se prestará el restaurante para eventos gastronómicos o de promoción de vinos y bebidas, esto no solo con el fin de darse a conocer, sino con el propósito de aumentar las ventas, y despertar el interés por el negocio, teniendo claro que se escogerán eventos acordes con la filosofía del restaurante, para que así no se pierda su estilo, y el sentido de este, se realizaran 2 o 3 eventos en el año.

**2.4.4 Estrategia de distribución.** Canales de distribución que usará

Gráfico 3. Canal de distribución



Fuente: (Escolares, 2016, fig. 1)

Políticas de inventario de producto terminado (en días).

**2.4.5 Políticas de servicios.** La política de “Sana Tentación”, es ofrecer lo mejor que existe en el mercado, tanto en el producto como en el servicio. El propósito es celebrar los eventos en nuestro salón exclusivo, con una relación calidad-precio inmejorable y la mejor atención del restaurante.

La estrategia que se va a utilizar en el restaurante es una oferta híbrida, la cual consiste en bienes y servicios por partes iguales, esto significa que el cliente lo que busca es una buena comida, con un excelente servicio, ya que con un buen servicio el restaurante va a alcanzar una posición sólida en el mercado.

Por otro lado, los meseros, chefs, entre otros deben interactuar eficazmente con los clientes para que así este quede satisfecho con el servicio durante su estadía en el restaurante.

**Calidad interna del servicio:** Se debe seleccionar y capacitar a los empleados que hagan parte del restaurante, que el clima organizacional sea bueno, ya que este es el que refleja las actitudes, comportamientos y satisfacción de los empleados tanto en la organización como en el trato que les da a los clientes.

**Empleados satisfechos:** Cuando los empleados están satisfechos con el trato que la organización les brinda, son leales a esta y, por ende, son mejores trabajadores.

**Mayor valor del servicio:** Se crea valor para el cliente y la entrega del servicio es más eficiente y eficaz.

**Clientes satisfechos y leales:** Cuando los clientes quedan satisfechos mantienen la lealtad y por ende vuelven al restaurante y lo recomiendan a sus amigos.

**2.4.6 Tácticas de ventas.** Según la página Ega futura en las 10 Tácticas de venta que los expertos no quieren que sepas del año 2015 párrafo 7 al 41, las cuales



permiten que se obtengan mejores resultados al momento de realizar las propuestas y las ventas, de estas tácticas se interpreta lo siguiente:

Presentar la propuesta de manera escrita y verbal para que la persona tenga más conocimiento sobre lo que se le está brindando.

Ofrecer el producto de una forma amena captando la atención del cliente, cuando ya se pase a la negociación permanecer sentado porque al no hacerlo vas a mostrar al cliente que algo no va bien y puede cancelar el servicio.

Hablar al cliente de forma clara y concisa para que el cliente pueda entender perfectamente lo que se le ofrece.

Cargar a mano algo para anotar y con que anotar, puede ser para firmar un contrato o para apuntar algo que no salió bien y buscarle solución.

Usar un poco de humor, amabilidad y carisma para que todo no se base en un entorno formal, si no ameno inspirar confianza y hacerlos sentir bien.

Hacer contacto visual todo el tiempo, para así inspirar seriedad, confianza, respeto y profesionalidad.

Ofrecer el mejor trato posible a las personas, para que así esta se convierta en un cliente esencial.

Insiste, si la persona te dice que no le interesa tu propuesta estudia tu estrategia para mejorarla y vuelve a presentarla para un mejor resultado.

Siempre estar positivo, aunque a veces haya personas complicadas no dar por perdida la venta.

Demostrar siempre una buena actitud ofreciendo una sonrisa para generar empatía con las personas (Futura, 2018).

## **3 ESTUDIO TÉCNICO**

### **3.1 INTRODUCCIÓN**

En el estudio técnico se tendrán en cuenta los aspectos técnicos operativos que se necesitarán para la producción del servicio que sana tentación desea prestar para así poder cubrir con la demanda estudiada, en este estudio también se determinará el tamaño óptimo del lugar de producción, el de atención, la localización, las herramientas y productos necesarios, instalaciones y organización de estos, el estudio técnico es de gran importancia principalmente para demostrar la factibilidad técnica del proyecto y poder apreciar exactamente que recursos son necesarios para llevar a cabo este.

### **3.2 INGENIERÍA DEL PROYECTO**

Este punto consiste en definir los recursos que serán necesarios para la ejecución del proyecto que se está realizando, donde se precisa determinar que maquinaria, equipos, materia prima, espacios, ubicación, muebles e instalaciones serán requeridos para que este proyecto se lleve a cabo con éxito.

Se busca de igual manera presentar planes de contingencia en el caso de que alguno de estos insumos ya mencionados genere algún inconveniente en el restaurante Sana Tentación con el fin de dar pronta respuesta a dicho problema y esto no genere consecuencias.

### 3.2.1 Producto.

Cuadro 5. Ficha técnica del producto

	<b>Ficha técnica del producto</b>	
	Nombre del producto	Hamburguesa saludable
Lugar de elaboración	Producto elaborado en la cocina del restaurante SANA TENTACIÓN.	
Descripción física del producto	<p>La hamburguesa que ofrece sana tentación a sus clientes además de deliciosa es saludable y muy nutritiva. Es una hamburguesa que contiene altos nutrientes ya que todos sus ingredientes son veganos.</p>	 <p>(La casa de les lletres, 2015, fig. 1)</p>
Ingredientes	Pan integral, lechuga, tomate, cebolla, carne de lentejas, queso bajo en grasa, salsa de la casa (opcional).	

Fuente: Los autores.

### 3.2.2 Metodología para el estudio de la ingeniería del proyecto.

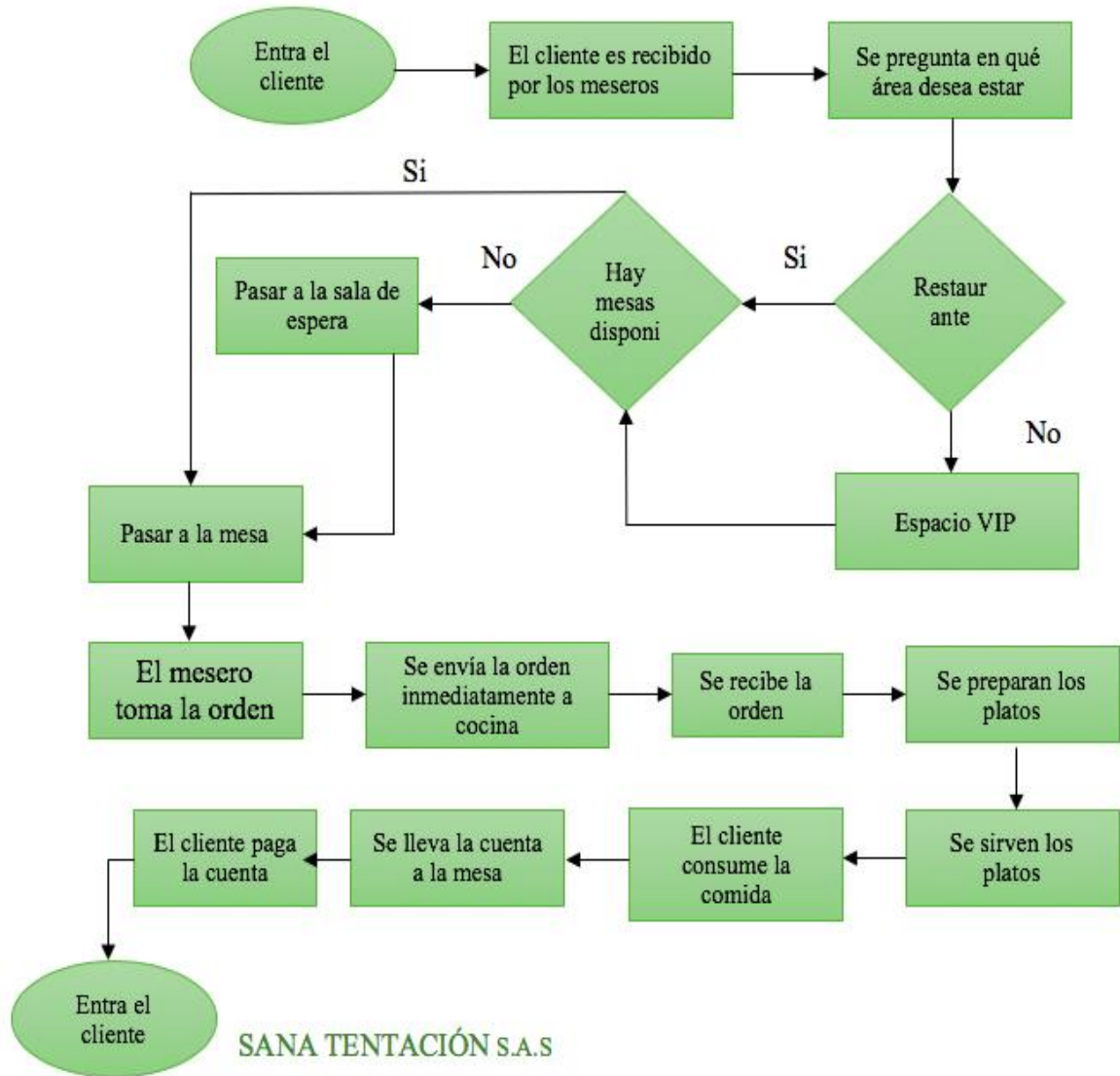
Cuadro 6. Metodología para el estudio de la ingeniería del proyecto.

<b>Metodología para el estudio de la ingeniería del proyecto.</b>			
Objetivos específicos	Actividades	Asignaturas	Herramientas
Análisis de mercado	Realizar un análisis interno, hacer encuestas, analizar las influencias de macroentorno, análisis de la competencia y condiciones de demanda	Fundamentos de mercadeo, plan emprendedor 1, plan emprendedor 2	Encuestas, análisis Foda
Análisis administrativo	Capacitaciones de personal, organigrama de la organización, servicio al cliente, análisis de la competencia, inversión de activos.	Gestión humana	Capacitación de alimentos saludables, código de buenas prácticas.
Análisis financiero	Proyección de ventas (plan de ventas) rentabilidad y presupuestos.	Presupuestos	Estado de resultados, balance general

Fuente: Los autores.

### 3.2.3 Diagramas y planes de desarrollo.


Figura 1. Flujograma servicio al cliente



Fuente: Los autores.


### 3.2.4 Tecnología.

Cuadro 7. Tecnología computador caja registradora

Computador caja registradora	
	Características
	Impresora térmica 58mm
	Cajón monedero metálico
	Regulador de voltaje
	Lector código de barras con base Modulo conexión informes celular (MercadoLibre, 2019)
PRECIO	\$ 2.290.000

Fuente: Los autores.

Cuadro 8. Sistema de alarma

Alarma	
	Características
	Seguridad interactiva
	Acceso desde aplicación móvil
	Monitoreo por video
	Administración de energía
	(Alarma, 2019)
PRECIO	\$ 2'500.000

Fuente: Los autores

Cuadro 9. Celular corporativo

Celular corporativo	
	Características
	Celular Huawei P series
	Memoria interna: 32GB
	Memoria RAM: 3GB
	Altura 150.1mm
	Ancho 72.05mm
	Profundidad 7.45mm
Tamaño de la pantalla 5.65" (MercadoLibre, 2019)	
PRECIO	\$ 780.000

Fuente: Los autores.


### 3.2.5 Selección del equipo.

Cuadro 10. Plancha asadora

Plancha asadora	
	Características
	Repisa plancha en acero cold roller pulido de ¾" 19mm
	6 válvulas en bronce de alta resistencia al calor con perilla metálica
	6 quemadores tipo serpiente con sistema Venturi
	Dimensiones frente: 1.20m fondo: 0.678m alto: 0.90m
	4 rodachinas de alto tráfico (2 con freno)
	(MercadoLibre, 2019)
PRECIO	\$ 5.140.000

Fuente: los autores.

Cuadro 11. Cocina industrial en acero inoxidable

Cocina industrial en acero inoxidable	
	Características
	Fregadero
	Encimera
	Refrigerador
	(ARQUYS, 2016)
PRECIO	\$ 20.000.000

Fuente: Los autores.


Cuadro 12. Recepción caja de cobro

Recepción caja de cobro	
	Características
	Medidas 140 ancho x 105 alto (barra de atención) 55 profundidad
	Cajón lapicero
	Luz led
	Color blanco con verde
PRECIO	\$ 840.000

Fuente: Los autores.




Cuadro 13. Estufa

Estufa	
	Características
	Tipo de estufa: piso
	Alimentación: gas natural
	Tipo espaldar: vidrio templado
	Encendido de quemadores: eléctrico
	(alkosto, 2018)
PRECIO	\$ 1.400.900

Fuente: Los autores.

Cuadro 14. Refrigerador

Refrigerador	
	Características
	Peso: 76 kg
	Color: blanca
	Origen: china
	Garantía: 1 año
	Material: acero
	(Olimpica, 2017)
PRECIO	\$ 1.657.427

Fuente: Los autores.

Cuadro 15. Nevera

Nevera	
	Características
	Capacidad en litros brutos: 568 litros
	Capacidad en Litros Netos: 504 litros
	Material de las bandejas: vidrio templado
	Dimensiones 90*179*75cms (ancho x alto x fondo)
	Gama de color: gris
	(Alkosto, Alkosto, 2018)
PRECIO	\$ 3.001.900

Fuente: Los autores.

Cuadro 16. Juego de ollas

Juego de ollas	
	Características
	100% acero quirúrgico inoxidable
	Cuerpo exterior durable.
	Mangos que se mantiene fríos.
	23 piezas.
	Esteras de bakelita.
	Perilla de succión.
	(Linio, 2014)
PRECIO	\$ 359.900

Fuente: Los autores

Cuadro 17. Set de cocina

Set de cocina Gibson x 41 utensilios	
	Características
	Cuchillo
	Cuchara
	Abrelatas
	Tabla para cortar
	Espátula
	Cucharon
	Colador
	(Alkosto, Alkosto, 2018)
PRECIO	\$ 240.000


Fuente: Los autores.

Cuadro 18. Servilleteros

Servilletero	
	Características
	Material: plástico
	Color: negro
PRECIO	\$ 70.000


Fuente: Los autores.

Cuadro 19. Licuadora

Licuadora	
	Características
	Color: gris
	Tasa: vidrio
	Tapa: plástico
	Material: acero
	(Mercadolibre, 2018)
PRECIO	\$ 659.997

Fuente: Los autores.

Cuadro 20. Vasos set x 6

Vasos set X 6	
	Características
	Material: vidrio
	Set x 6 vasos
	Redondos y altos
	Capacidad para 15 onzas/445ml
	Ideal para limonadas y jugos

PRECIO	\$ 295.254
--------	------------

Fuente: Los autores.

Cuadro 21. Set de recipientes

Set de recipientes x5	
	Características
	Contenedor hermético de 3 compartimientos para la preparación de comidas
PRECIO	\$ 146.777

Fuente: Los autores.

Cuadro 22. Lámpara colgante

Lámpara colgante	
	Características
	W7.09" H7.87
	7,87 ancho
	Acabado en aceite
	1 base de bombilla
	Potencia 60W



(MercadoLibre, 2019)

PRECIO	\$ 349.000
--------	------------

Fuente: Los autores.

### 3.2.6 Cálculo de cantidades de materia prima e insumos

Cuadro 23. Materia prima (Hamburguesa saludable)

Ficha técnica	
Hamburguesa saludable	
Materia prima	Cantidades
Aceite de oliva	1 litro
sopera de tahini	1 cucharada
Cebolla cortada	1 libra
Mostaza	1 cucharada
Dientes de ajo	2 dientes
Hierbas secas	2 libras
Zanahoria fresca	1 libra
Sal marina	500 gr
Salsa de soya	500 gr
Harina integral	2 libras
Legumbres cocidas	2 libras
Pan integral	2 paquetes

Fuente: Los autores.

Cuadro 24. Materia prima (Jugos naturales)

<b>Ficha técnica</b>	
<b>Jugos naturales</b>	
Materia prima	Cantidades
Zanahoria	1 libra
Naranja	2 libras
Rodajas de piña	2 libras
Remolacha	1 libra
Tallo de apio	1 libra
Manzanas	2 libras
Miel	500 gr
Limonos	1 libra

Fuente: Los autores.

Cuadro 25. Materia Prima (Postres saludables)

<b>Ficha técnica</b>	
<b>Postres saludables</b>	
Materia prima	Cantidades
Manzanas asadas	2 libras
Macedonia de frutas	1 libras
Mouse de coco	500 gr
Flan de huevo con naranja	1 libra
Natillas de plátano	1/2 libra
Uvas frescas	2 libras
Melocotón	1/2 libra
Bizcocho de manzana	1/2 libra
Yogurt con frutas del bosque	2 litros

Fuente: Los autores.

Cuadro 26. Materia prima (pizza)

<b>Ficha técnica</b>	
----------------------	--

<b>Pizza</b>	
Materia prima	Cantidades
Harina	1000 gr
Aceite de oliva	500 gr
Sal	500 gr
Salsa de tomate	1000 gr
Queso	500 gr
Jamón	500 gr

Fuente: Los autores.



Cuadro 27. Materia prima (perro)

<b>Ficha técnica</b>	
<b>Perro caliente</b>	
Materia prima	Cantidades
Pan perro	5000 gr
Salchicha	450 gr
Ripio de papa	1000 gr
Queso	500 gr
Cebolla	1000 gr

Fuente: Los autores.

### **3.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

**3.3.1 Macro localización.** Para realizar la macro localización del restaurante se plantearon algunos criterios que se consideraron importantes para buen funcionamiento y éxito de este. Para seleccionar un lugar adecuado se realizó una ponderación por puntos, los cuales se asignan a cada uno de los factores, que se determinaron de acuerdo a lo que se considera más relevante para la localización, esto teniendo en cuenta las características de la comuna. para empezar, se tomaron los factores elegidos y se les asigno un peso de importancia.

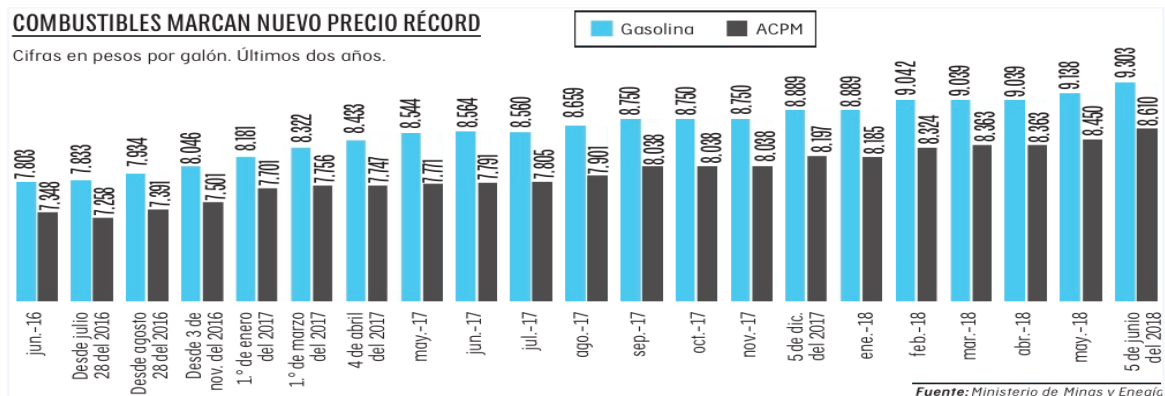
Según la revista dinero 2018, el transporte urbano en Colombia ha sido tradicionalmente manejado por una gran cantidad de empresas comerciales privadas en las grandes ciudades. Cali cuenta con un sistema masivo de transporte, empresas privadas que ofrecen servicio exclusivo para empresas y otras que hacen viajes según sea su finalidad.

En el valle del cauca la mano de obra se ha venido incrementando de una manera significativa, ya que las grandes empresas han implementado nuevas reformas brindando así una estatalidad laboral adecuada, que brinda muchos más beneficios a los empleados.

La compra de materias primas es un factor en el que concurren una serie de elementos, como la cantidad de materiales necesarios para la producción de los productos de sana tentación, en cuanto a la calidad, el precio y el tiempo de entrega pueden realizarse de manera más efectiva. En Cali existen varias empresas dedicadas a la fabricación y comercialización de pan integral, carne vegana y salsas bajas en grasas, estas empresas son claves para la provisión de materia prima.

De acuerdo a Crespo ,2017 la electricidad en Colombia ha venido en aumento, generando así nuevos proyectos de generación eléctrica que sea han venido implementando de manera significativa, pero se deberán generar nuevos proyectos los cuales podrán abastecer la demanda en el país, Cali tiene a su servicio la empresa Emcali, esta es prestadora de servicios públicos (energía, acueducto, alcantarillado y telecomunicaciones) que empezó labores en 1931 siendo propiedad del municipio de Santiago de Cali.

Gráfico 4. Combustible en Colombia



Fuente: (Ministerio de minas y energía, 2018, fig. 1)

Cali cuenta con muchas estaciones de gasolina, las cuales ayudan a la rápida evacuación de carros y motos que necesitan más combustible.

Sana Tentación contará con abastecimiento de agua potable, ya que en Cali la empresa Emcali, esta es prestadora de servicios públicos (energía, acueducto, alcantarillado y telecomunicaciones) que empezó labores en 1931 siendo propiedad

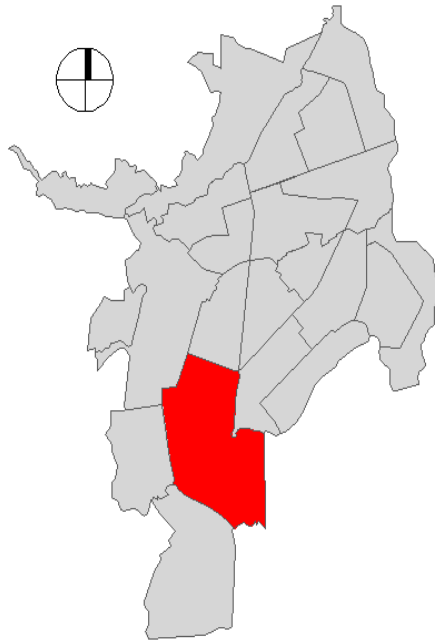
del municipio de Cali, cuenta con la facilidad de acceder a la compra de terrenos, estos se pueden caracterizar según sea la empresa y su actividad comer cantil. En su gran mayoría los restaurantes se encuentran ubicados en el sur y en el norte de la ciudad, contando con un incremento favorable de las telecomunicaciones, la mayor parte de la población de Cali cuenta con el acceso a internet y a medios visuales como la televisión, las condiciones de vida de los habitantes de la ciudad de Cali dependen al estrato a que pertenezca, hay habitantes de estrato 1, estrato 2, estrato 3, donde su modo de vida depende a la capacidad adquisitiva o sus remuneraciones, donde la mayor parte de los establecimientos de servicio de restaurantes cumple con las normas y los reglamentos que la ley exige, en Cali el clima es cálido con una temperatura superior a los 24 grados centígrados con una altura con relación a nivel del mar de 0 a 1000 msnm. Contando así también con zonas francas la cuales son muy importantes en el desarrollo industrial de la región, los cuales también implementa una infraestructura de servicios como son la energía, acueducto, telecomunicaciones, generando mucho más empleo en la región.

**3.3.2 Micro localización.** La comuna 17 se encuentra ubicada al suroriente de la ciudad, cubre el 10,4% del área total del municipio de Santiago de Cali con 1.255,6 hectáreas, por encima del promedio de hectáreas por comuna que es de 550, siendo la comuna de mayor área de la ciudad.

- Presenta el mayor número de urbanizaciones de todas las comunas de la ciudad, con el 21,3% de las urbanizaciones y sectores.
- Los barrios de esta comuna sólo corresponden al 1,2% del total.
- Posee 804 manzanas, es decir, el 5.5% del total de manzanas en toda la ciudad.

(Departamento Administrativo de Planeación municipal, Vilma Lucía Ortiz.)

Figura 2. Comuna 17 de Cali



Fuente: (Wikipedia, Comuna 17 (Cali)).

Figura 3. Micro localización



Fuente: (Google Maps, 2018, fig. 1)

Corresponde a la zona ubicada entre kr 73 al norte y Kr 103 y 102 al sur, río Meléndez al oriente y calle 25 al occidente.

Cuadro 28. Micro localización (El Caney)

Nombre del Barrio	Caney
Comuna donde está ubicado el Barrio	17
Surgió como un barrio legal:	Si
Fecha de Creación del Barrio	Año _____ Mes _____
Estrato del barrio	4

Fuente: (Alcaldía de Santiago de Cali, secretaria de Bienestar Social, Asesoría de Participación Ciudadana, Anexo 5: Ficha de caracterización socioeconómica de los barrios de Santiago de Cali, Diagnóstico Descriptivo.)

Cuadro 29. Caracterización de la población

Población total por rango de edad y sexo, según el DANE, según el DANE	Total, Hombres	Total, Mujeres	Total, Personas
De 0 a 4 años	857	843	1.700
De 5 a 9 años	1.153	1.136	2.289
De 10 a 14 años	1.346	1.298	2.644
De 15 a 19 años	1.151	1.274	2.425
De 20 a 24 años	1.096	1.237	2.333
De 25 a 29 años	1.089	1.079	2.168
De 30 a 34 años	823	886	1.710
De 35 a 39 años	847	1.043	1.890
De 40 a 44 años	1.022	1.215	2.237
De 45 a 49 años	1.045	1.191	2.237
De 50 a 54 años	760	1.077	1.836
De 55 a 59 años	547	739	1.286
De 60 a 64 años	344	457	800
De 65 a 69 años	314	431	745
De 70 años o mas	463	629	1.092
Total	12.856	14.535	27.391

Fuente: (Alcaldía de Santiago de Cali, secretaria de Bienestar Social, Asesoría de Participación Ciudadana, Anexo 5: Ficha de caracterización socioeconómica de los barrios de Santiago de Cali, Diagnóstico Descriptivo.)

- Localización urbana, suburbana o rural

La localización del negocio será en el barrio “El Caney”, de la comuna 17 de la ciudad de Cali.

- Transporte del personal

El transporte del personal a la empresa será individual, optando por el sistema Masivo Integrado de Occidente. El regreso, será de manera colectiva, ya que el transporte en la ciudad de Cali tiene horario establecido hasta las 11:00 pm.

- Policía y Bomberos

El barrio “El Caney”, cuenta con una estación de policía en la Carrera 81 #47-33 esq. y está a cargo del equipo de bomberos en el sur de Cali, en la Calle 27 # 44-00 en caso de cualquier emergencia.

- Costo de los terrenos

Según Finca Raíz, el costo promedio de terrenos en el barrio “El Caney”, es de \$ 49.000.000 a \$ 120.000.000 con dimensiones desde 89,48 m<sup>2</sup>.s

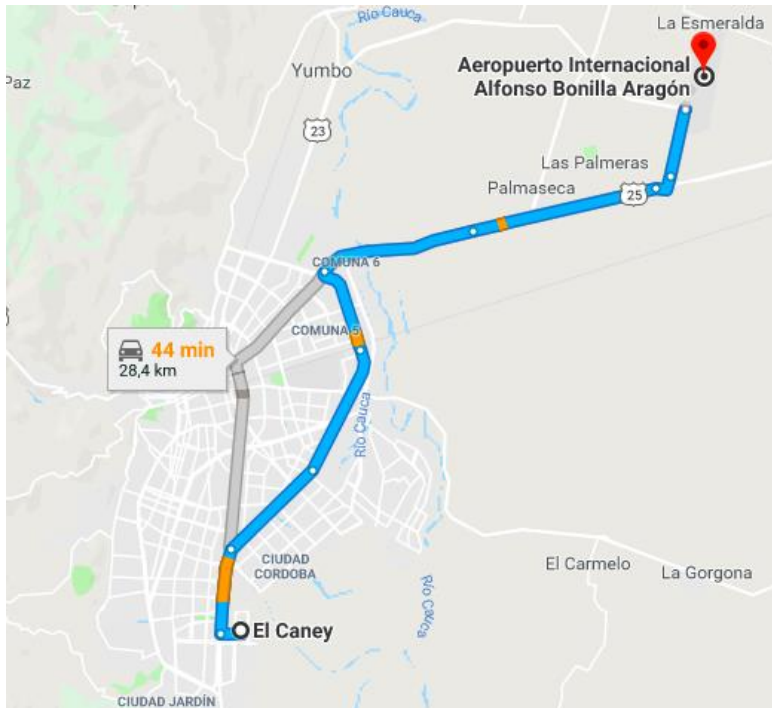
- Cercanía a carreteras

El barrio “El Caney”, aún se encuentra en vía de desarrollo y crecimiento. Su principal acceso es la avenida Simón Bolívar, y cuenta con entradas secundarias como lo son: la carrera 80 y 86.

- Cercanía a aeropuerto

El barrio “El Caney”, se encuentra a 28,4 km del aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón y tiene un tiempo aproximado de llegada de 44 minutos.

Figura 4. Cercanía al aeropuerto



Fuente: Google Maps.

- Disponibilidad de vías férreas

Actualmente, la ciudad de Cali no cuenta con vías férreas activas.

- Cercanía al centro de la ciudad

El barrio “El Caney”, se encuentra aproximadamente 12,3 km del centro de Cali.





En la zona del Valle la cocina típica tiene una influencia muy marcada de la cocina de hacienda, como gran productor de caña de azúcar, se destaca la elaboración de excelentes dulces: el famoso Manjar Blanco, las deliciosas grajeas y los inigualables confites (Encolombia, 2018 ).

En el barrio el Caney existen varios restaurantes los cuales forman parte de la gastronomía de la ciudad de Cali, en estos encontramos comidas veganas y otras de carácter formal.

- Recolección de basuras y residuos

*En la ciudad de Cali hay 57 vehículos recolectores, los cuales pasan tres días a la semana, queriendo cumplir con la expectativa de los 550.000 usuarios de la ciudad de Cali, donde en la comuna 17 quedaron los siguientes días. Comuna 17: martes, jueves y sábado*

*Ciudadela Paso ancho, Primero de Mayo, Santa Anita-La Selva, Las Quintas de Don Simón, Ciudad Capri, La Hacienda, Los Portales, Nuevo Rey, Cañaverales-Los Samanes, El Limonar, Bosques del Limonar, El Gran Limonar-Cataya, El Gran Limonar, Unicentro, Prados del Limonar, Ciudadela Comfandi, Caney y Urbanización Río Lili (Revista El Tiempo, 2018).*

- Tipos de drenajes

Estas soluciones para Cali se enmarcan en los sistemas urbanos de drenajes sostenibles (SUDS), obras que permiten conducir de manera adecuada las aguas pluviales –o derivadas de la lluvia– y aquellas que no entran al suelo.

Hacer humedales y adoquines permeables, además de propiciar la rugosidad de los terrenos, entre muchas otras medidas, aumenta la longitud de recorrido del agua, la almacena temporalmente, disminuye las velocidades y los caudales de aguas lluvias, lo que mitiga el efecto de las inundaciones.

Estas posibilidades de construcción se convertirían en una alternativa para prevenir emergencias como la del martes 17 de abril, en la que un aguacero que duró cerca de dos horas ocasionó inundaciones en sitios críticos de la capital del Valle, como los barrios San Fernando y la avenida circunvalar. Tras el desbordamiento de una cañada fallecieron dos adultos mayores.

Además de personas damnificadas, el departamento del Valle del Cauca fue declarado en alerta roja ante los posibles crecientes súbitas de ríos y quebradas por la alta intensidad de las lluvias.

La estudiante Adriana Caicedo Padilla, de la Maestría en Recursos Hídricos de la Universidad Nacional de Colombia (U.N.), está elaborando una guía metodológica para definir y diseñar un SUDS para Cali. El caso de estudio es la Ciudadela Calidad, en el corregimiento Navarro, al suroriente de la ciudad.

Al respecto aclaró que cuando la lluvia cae sobre techos lisos va directo al alcantarillado, mientras que los techos verdes la retienen.

“Implementarlos es una necesidad para la ciudad, pues las soluciones convencionales ya no son suficientes porque los eventos de lluvia se están intensificando. Estas se basan en sumideros que permiten la entrada del agua hacia conductos o canales para que el agua circule, pero sobre superficies muy lisas e impermeables”, precisó. (university nacional de colombia, 2018)

- Impuesto

Impuesto al consumo 2018: Requisitos:

- Preparación de todo tipo de comida y bebida para consumir dentro del establecimiento.
- Entregas a domicilio de productos.
- Servicio de alimentación por contrato.
- Expendio de licores dentro de los restaurantes.

Los restaurantes que forman parte de una franquicia y que pagaban el IVA mas no el impuesto al consumo, no serán responsables en la actualidad del IVA sino del impuesto al consumo en 2018 en Colombia.

Para cumplir con este impuesto, los restaurantes deben contar con ciertos requisitos.

- No deben prestar el servicio de catering empresarial, de lo contrario deberán pagar el IVA, quedando exentos del impuesto al consumo.
- No deben poseer más de un establecimiento, local o negocio durante al año 2018.
- Los ingresos de sus actividades no deben haber superado los 3.500 UVT en el año pasado.
- Si un restaurante factura menos de \$50 millones al año no puede ser gravado con el impuesto al consumo (pos colombia, 2018)
- Restricciones locales

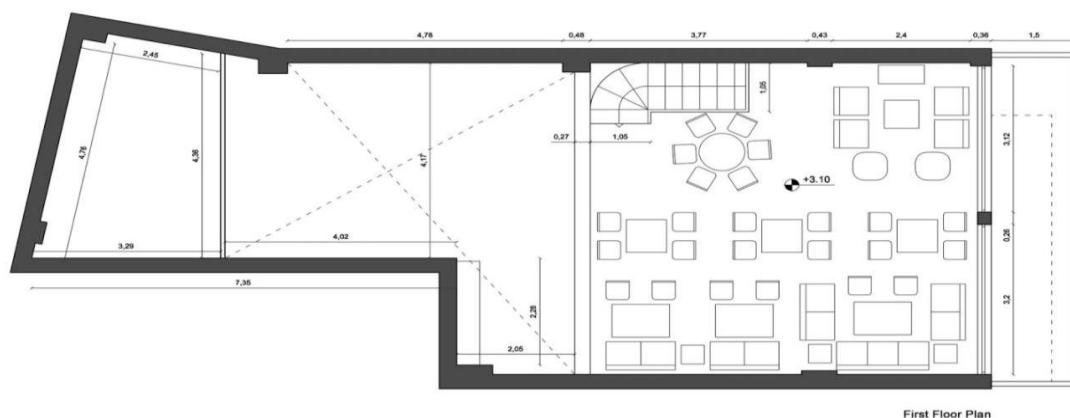
El Plan de Desarrollo de la Comuna 17 es el resultado del trabajo mancomunado y entusiasta de las organizaciones comunitarias de la Comuna 17 y de la Administración Municipal a fin de orientar su acción en el periodo 2001 al 2004. La metodología propuesta enfocó el interés de los actores hacia la solución de sus principales problemas, los cuales una vez identificados y priorizados, fueron analizados así: Se inició el proceso con la nivelación de los integrantes del Comité de Planificación sobre el Sistema Municipal de Planificación y el principio de la participación. A continuación, se procedió a la formulación de la parte prospectiva del Plan, iniciando con la identificación, priorización y descripción de los problemas que se acordó enfrentar. Para cada problema procesado se identificaron los hechos que demuestran su existencia y estos se cuantificaron mediante indicadores y se identificaron sus causas y consecuencias, con lo cual se describió la situación

actual, esto es, el ciclo explicativo. Con base en el conocimiento de la situación actual o explicación del problema, se construyó la visión de futuro, el ¿a dónde queremos llegar?, se establecieron metas a alcanzar, objetivos y las consecuencias atenuadas. Todo lo anterior enmarcado siempre dentro de la gobernabilidad que se tiene desde la comuna 17, trabajando dentro de lo posible, lo factible y lo lograble, así se determinó la situación futura, esto es el cierre de la de la primera parte del Plan de Desarrollo de la Comuna. Igualmente, el Plan de Desarrollo de la Comuna o Plan Acción se formuló a partir de la comparación entre la situación actual y la situación futura. Muestra los compromisos de acción, esto es las operaciones o productos que se comprometen a realizar, tanto las organizaciones comunitarias como el C.A.L.I. de la Comuna 17. También en el Plan de Acción se muestran las demandas que se formulan a otros actores, por compromisos de acción. El documento que aquí se presenta contiene los resultados finales del proceso de Planeación Participativa realizado con los representantes comunitarios, para la formulación del Plan de Desarrollo de la Comuna 17 (pos colombia, 2018)

- Tamaño del sitio

El restaurante cuenta con un tamaño de 30 metros de largo, por 15 metros de ancho.

Figura 6. Tamaño del sitio



Fuente: (Firs Floor Plan, 2017, fig. 1)

- Forma del sitio

La forma del sitio será rectangular, teniendo un diseño innovador, el cual pueda abarcar las expectativas de socios, como de los clientes.

### **3.4 TAMAÑO DEL PROYECTO**

Sana Tentación, desea ofrecer el mejor servicio al cliente, la mejor comida rápida saludable y un espacio único y exclusivo para realización de eventos familiares, sociales o institucionales.

Para la realización de este proyecto se requiere de personal calificado, tanto en servicio al cliente, como en la preparación de los alimentos, para ello tendremos un excelente chef. Para la cocina se contará con electrodomésticos que cumplan con los más altos estándares de calidad y que permitan el buen desarrollo de la labor en la preparación de los alimentos.

Para el desarrollo de este proyecto, inicialmente se necesitará de una inversión inicial de \$143.043.175, de los cuales \$ 71.521.087 serán financiados por entidad bancaria.

Se estima que “Sana Tentación”, puede alcanzar unas ventas totales mensuales de \$ 23.948.130.

A continuación, se relacionan unidades producida por mes, precio de venta y ventas totales por mes.

Tabla 1. Estimado ventas mensuales.

<b>Unidades</b>	
<b>Mensuales</b>	
Hamburguesa	434
Jugo en leche	237
Perro caliente	170
Pizza	184
Postre	109
<b>Total</b>	<b>1134</b>

Fuente: Los autores.

Tabla 2. Precio de venta.

<b>Precio de venta</b>	
Hamburguesa	\$ 25.183
Jugo en leche	\$ 16.668
Perro caliente	\$ 23.612
Pizza	\$ 16.154
Postre	\$ 19.085

Fuente: Los autores.

Tabla 3. Ventas totales por mes.

<b>Ventas totales x mes</b>	
Hamburguesa	\$ 10.925.567
Jugo en leche	\$ 3.946.379
Perro caliente	\$ 4.011.956
Pizza	\$ 2.977.425
Postre	\$ 2.086.802
<b>Total</b>	<b>\$ 23.948.129</b>

Fuente: Los autores.

**3.4.1 Clasificación de la empresa.** En Colombia el segmento empresarial está clasificada en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, esta clasificación está reglamentada en la Ley 590 de 2000 conocida como la Ley MiPymes y sus modificaciones (Ley 905 de 2004).

Cuadro 30. clasificación de las empresas en Colombia.

<b>Tamaño</b>	<b>Activos Totales SMMLV</b>	<b>Planta de personal</b>
<b>Microempresa</b>	<b>Hasta 500</b>	<b>Hasta 10 trabajadores</b>
<b>Pequeña</b>	<b>Superior a 500 y hasta 5.000</b>	<b>Entre 11 y 50</b>
<b>Mediana</b>	<b>Superior a 5.000 y hasta 30.000</b>	<b>Entre 51 y 200</b>
<b>Grande</b>	<b>Superior a 30.000</b>	<b>Más de 200 trabajadores</b>

Fuente: Los autores.

Según el cuadro visto anteriormente, Sana tentación se clasifica por la cantidad de sus activos y cantidad de personal que requiere para la realización de los productos que ofrece la empresa, lo que quiere decir que sana tentación empezará siendo una microempresa.

## 4. LINEAMIENTOS ORGANIZACIONAL Y LEGAL

### 4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

- **Misión.** Ofrecer unos platos exquisitos y al mismo tiempo saludables, que sobrepasen las expectativas y deseos de los clientes, donde se pueda brindar un servicio con la más alta calidad lográndolo a través de un buen trabajo en equipo siendo también para los empleados un espacio que permita la realización personal y el desarrollo de estos.

- **Visión.** Sana tentación quiere ser el mejor restaurante frente a su competencia, brindando un servicio y una atención excepcional, siendo un grupo de trabajo original, profesional y reconocidos como líderes en la innovación.

- **Valores corporativos.** **Respeto:** corregir guiar o enseñar a los trabajadores de una manera respetuosa para así mantener un buen ambiente laboral y que de la misma manera los empleados se dirijan a los clientes.

**Honestidad:** la honestidad hace referencia al respeto y transparencia con uno mismo y con lo demás y es de gran importancia para el crecimiento, productividad y competitividad de una empresa.

**Compromiso:** lo que se quiere lograr con este valor corporativo es que los empleados comprendan y compartan los objetivos de la empresa poniendo en juego todas las capacidades y hacer más de lo esperado.

**Trabajo en equipo:** Trabajando en equipo es cuando realmente se consiguen grandes triunfos. Por ello, es muy importante identificar cuáles son las fortalezas y debilidades de cada empleado, para que cada uno desempeñe un rol en función de sus conocimientos.



- **Filosofía de trabajo.** “Sana Tentación”, está dispuesta a emplear todo su potencial, conocimiento y calidad humana para cumplir con los objetivos que se tiene como restaurante de comidas rápidas saludables. Para esto, se debe cumplir con un buen trabajo en equipo, constancia, orden y disciplina, al mismo tiempo debe de contar con una excelente calidad de alimentos altamente calificados, cumpliendo a cabalidad con la norma ISO 22000.

## **4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

La estructura organizacional de sana tentación se divide de la siguiente forma:

**Administrador:** se encarga de planear, organizar, direccionar controlar y analizar los problemas de la empresa como tal buscar soluciones y tomar decisiones frente a los problemas u oportunidades que plantea el entorno y mantener una excelente comunicación con todos los colaboradores de la empresa.

**Chef:** se encarga de la cocina en general, es responsable de la creación de las recetas y del menú, del entrenamiento de personal y de supervisar toda el área.

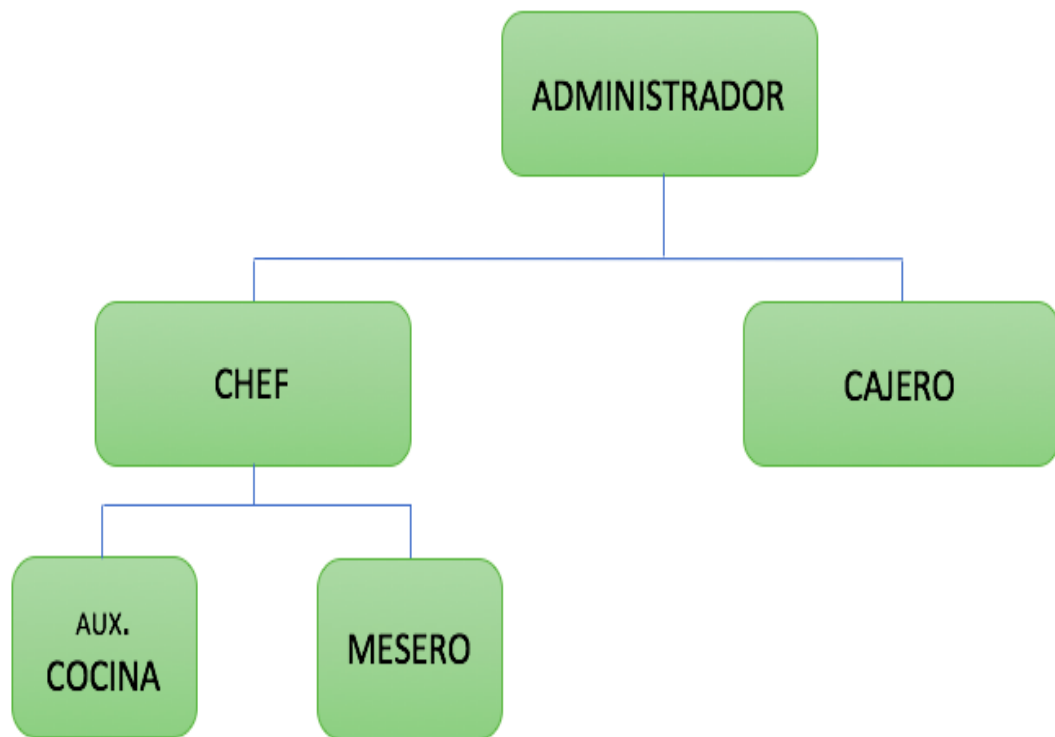
**Aux de cocina:** trabaja bajo la supervisión del chef realizando las tareas básicas, en trabajos rutinarios de la cocina, tales como: limpiar, pelar y cortar las verduras, mezclar los ingredientes, picar carne, mantener limpia la cocina y los utensilios, colaborar en la conservación de las materias primas y los productos de uso en la cocina.

**Cajero:** Atiende con calidad a los visitantes en el área de registro y cobro, asegurando su satisfacción con el servicio recibido. Además, menciona las promociones y especialidades del restaurante.

**Mesero:** Da la bienvenida a los clientes, los guía a sus mesas de ser necesario y brinda el servicio una vez estén ubicados: recibir y servir platillos especiales en las

mesas de los clientes y estar atento ante cualquier pregunta o inquietud referente a su pedido.

Figura 7. Estructura organizacional.



Fuente: Los autores.

#### **4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL**

Sana Tentación anunciará las vacantes detalladamente. Se utilizarán los medios que pueden alcanzar una buena audiencia, y a su vez pedirá candidatos a los institutos que preparan personas para laborar en restaurantes. Se utilizarán avisos de empleo que incluirán una breve descripción del tipo de restaurante, la descripción del cargo, y demás; así mismo se incluirá un número telefónico y/o correo al que podrán comunicarse los interesados.

#### 4.4 PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL

Luego de preseleccionar las personas con las condiciones básicas, será el momento de empezar a elegir el personal idóneo para los puestos disponibles en *Sana Tentación*. Los instrumentos que se utilizarán en el proceso de selección serán:

- Hoja de vida actualizada.
- Las referencias laborales y personales serán comprobadas.
- Entrevistas, en las cuales se formularán preguntas abiertas a cerca del candidato, con el fin de analizar plenamente si cumple con las características para ocupar el cargo.
- Desempeño del candidato en el cargo, su habilidad para relacionarse con los clientes, los directivos y los colegas de trabajo durante un periodo de prueba.

El personal clave de cada área podrá participar en las primeras entrevistas.

- **Solicitud de empleo.** Sana Tentación utilizará las plataformas de empleo más demandadas a nivel nacional: CompuTrabajo y elemplo.com. Además, se tendrán en cuenta las hojas de vida entregadas en la recepción.

- **Entrevista.** La entrevista será el primer canal para conocer un poco más a cerca del postulado; su entorno familiar y social, experiencia en el cargo, expectativas sobre la vacante. Además, se desea conocer plenamente la actitud y aptitud de este a través de los exámenes.

- **Exámenes.** Preingreso

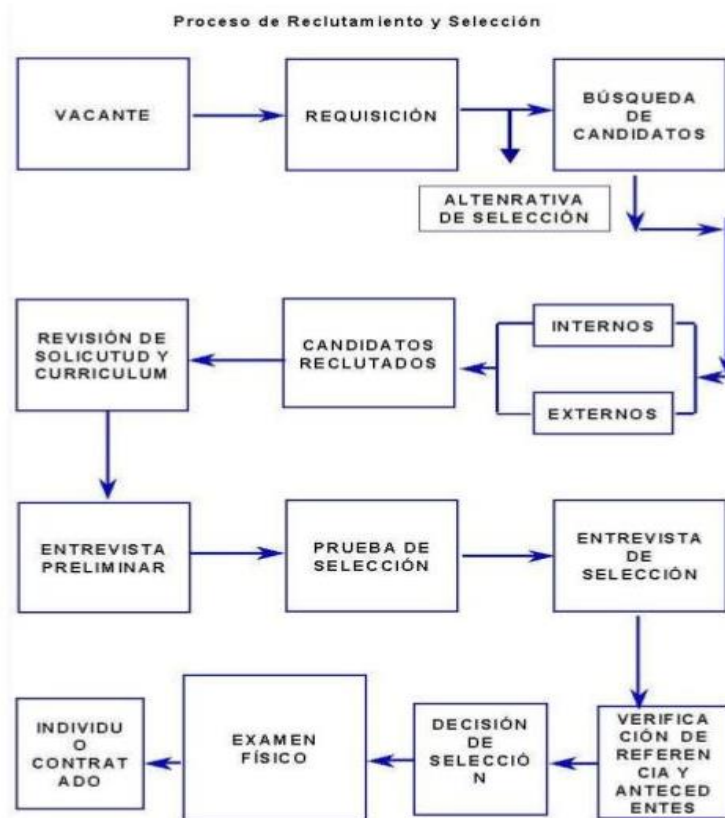
- Examen médico general.

- De conocimiento.

- Investigación de candidatos: visita domiciliaria.

## 4.5 PROCESO DE CONTRATACIÓN

Figura 8. Proceso de contratación



Fuente: (Cómo contratar un gerente, Yuridia Linares Mujica, instituto tecnológico de Tuxtepec, 2017.)

- **Inducción del personal.** La inducción del personal será dirigida por uno de los socios, se tendrán en cuenta las siguientes actividades:
  - Inducción en el puesto.
  - Introducción de la organización.
  - Socialización de las actividades a nivel de área.

## 4.6 PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL

- **Capacitación.** Una vez seleccionados los integrantes del equipo de Sana Tentación, se realizará un programa de capacitación y entrenamiento inicial. Se preparará un paquete de orientación para cada nuevo empleado, el cual incluirá lo siguiente:

- Una presentación de los socios, y del negocio. cuál es la misión del negocio, contarles la idea del negocio y hacia donde apunta la empresa.
- Una descripción del cargo que van a desempeñar, junto con una lista de las tareas que se espera que cumpla.
- Planos del local, menús y cualquier otro material que pueda ayudarle al nuevo empleado a conocer rápidamente la operación del negocio y que se sienta como en buen clima organizacional.
- Todos los papeles legales, como los convenios de nómina, salarios, etc.

## 4.7 FUNDAMENTACIÓN CARGOS Y FUNCIONES ESTRATEGICAS

### 4.7.1 Descripción de áreas.

- **Área de cocina:** Promover y garantizar un buen desarrollo en la preparación de los alimentos, cumpliendo a cabalidad los parámetros de higiene en la manipulación de estos.

Mantener un excelente ambiente laboral, cumpliendo con las políticas operativas de la organización.

- **Área administrativa:** Fijar y alcanzar metas a corto, mediano y largo plazo bajo las políticas corporativas y objetivos específicos: dirigir, supervisar y evaluar el buen funcionamiento del restaurante y de los empleados a cargo.

#### 4.7.2 Fundamentación del cargo.

- **Chef:** Supervisar el correcto funcionamiento de la cocina para que opere de manera óptima garantizando los altos estándares de calidad servicio y limpieza, siendo responsable de la inducción del personal del área de cocina.
- **Meseros:** Saber identificar las necesidades de los clientes y suplir estas; logrando la satisfacción y felicidad de este a través de un plato delicioso y un ambiente agradable.
- **Cajeros:** Encargado de recibir el pago del cliente, pero también de generar un último contacto que genere ganas de volver al restaurante.

#### 4.7.3 Identificación y naturaleza del cargo.

En la siguiente tabla se observa los cargo y la naturaleza de cada uno de estos:


Tabla 4. Cargos y naturaleza

Nombre del cargo	Nivel funcional	Jefe inmediato	Naturaleza del cargo	Número de cargos
Administrador	Administrativo	Socios	Ejecutivo	1
Chef	Producción	Administrador	Operativo	1
Aux. de cocina	Producción	Administrador	Operativo	1
Mesero	Producción	Administrador	Servicio al cliente	2
Cajero	Producción	Administrador	Operativo	1

Fuente: Los autores.


4.7.4 **Perfil del cargo.** A continuación, se muestran los perfiles de cargo para cada puesto requerido en el restaurante.

Cuadro 31. Perfil de cargo administrador

	Perfil del cargo	
	Nombre del cargo	Administrador
	Dependencia	Administración
	Jefe inmediato	Socios
Propósito general		
Dirigir, supervisar y evaluar el buen funcionamiento del restaurante y de los colaboradores a cargo		
Detalle de tareas		
Responsable de administrar los recursos de la empresa.		
Contabilizar y legalizar facturas		
Supervisar la limpieza del restaurante		
Velar por un adecuado ambiente de trabajo		
Diseñar y coordinar plan de trabajo trimestral		
Nivel académico		
Profesional en administración de empresas		
Experiencia laboral		
Experiencia mínima de dos años en el cargo.		
Calidades y capacidades		
Determinación para resolver cada situación que se presente		
Conducir todo al equipo a la eficiencia		
Habilidad de liderazgo y comunicación		

Fuente: Los autores


Cuadro 32. Perfil de cargo chef

	Perfil del cargo	
	Nombre del cargo	Chef
	Dependencia	Cocina
	Jefe inmediato	Administrador
Propósito general		
Cocinar platos complejos y sencillos, cumpliendo con las normas de nutrición, dietética e higiene para garantizar un servicio alimenticio de óptima calidad.		
Detalle de tareas		
Elaborar los platos		
Supervisar el buen mantenimiento de la maquinaria y departamento		
Hacer los pedidos de materia prima		
Realizar inventario e informe de costos		
Nivel académico		
Profesional en gastronomía		
Experiencia laboral		
Tener al menos 2 años de experiencia en el cargo		
Cualidades y capacidades		
Actitud de liderazgo		
Ordenado en la elaboración de platos		
Rapidez en la ejecución de platos		

Fuente: Los autores




Cuadro 33. Perfil de cargo auxiliar de cocina

	Perfil del cargo	
	Nombre del cargo	Auxiliar de cocina
	Dependencia	Cocina
	Jefe inmediato	Chef
<b>Propósito general</b>		
Asegurar la excelencia garantizando el servicio óptimo de calidad satisfaciendo las necesidades del cliente		
<b>Detalle de tareas</b>		
Colaborar en la realización de los platos		
Mantener el higiene del área y de los instrumentos esenciales		
cuidado de los bienes de uso de la cocina		
cuidado de su sector de trabajo		
<b>Nivel académico</b>		
Tecnólogo en gastronomía		
<b>Experiencia laboral</b>		
Tener al menos 2 años de experiencia en el cargo		
<b>Cualidades y capacidades</b>		
Actitud de colaboración		
Ordenado en sus tareas		
Rapidez para ejecutar un proceso		


Fuente: Los autores

Cuadro 34. Perfil de cargo mesero

	Perfil del cargo	
	Nombre del cargo	Mesero
	Dependencia	Cocina
	Jefe inmediato	Chef
Propósito general		
Atender amablemente los clientes, ofrecer un buen servicio y atención desde la entrada hasta la salida de este		
Detalle de tareas		
Tomar pedidos de los clientes oportunamente		
Entregar factura a los clientes y recibir el pago		
Permanecer atento a los clientes		
Asesor a profundidad acerca del menú		
Nivel académico		
Estudios secundarios		
Experiencia laboral		
Experiencia mínima de un año en restaurante.		
Cualidades y capacidades		
Óptima atención al cliente		
Amabilidad y respeto hacia los clientes y el equipo de trabajo		
Trabajo bajo presión		

Fuente: Los autores

Cuadro 35. Perfil de cargo cajero

	Perfil del cargo	
	Nombre del cargo	Cajero
	Dependencia	Administración
	Jefe inmediato	Administrador
Propósito general		
Garantizar las correctas operaciones de caja, efectuar actividades de recepción, entrega y custodia de dinero efectivo.		
Detalle de tareas		
Atención al cliente		
Recaudo de dinero		
Registro de facturas		
Cuadre y relación diaria de ventas		
Nivel académico		
Técnico en manejo de caja		
Experiencia laboral		
Tener al menos 2 años de experiencia en el cargo		
Cualidades y capacidades		
Actitud de colaboración		
Trabajo en equipo		
Rapidez en el recaudo		

Fuente: Los autores

#### 4.7.5 Funciones estratégicas del cargo.

- Chef: Según ABC (2009), “El término Chef se relaciona casi exclusivamente con el mundo de la gastronomía y hace referencia a aquella persona que se desenvuelve en él de manera profesional y no amateur. La palabra Chef (de origen francés) significa literalmente 'jefe', por lo cual en algunos idiomas es además utilizado para hacer referencia a cualquier tipo de jerarquía laboral. Sin embargo, es hoy en día el área de la cocina y de la gastronomía aquella con la cual se utiliza el término más frecuentemente.” (párr. 1).

- Auxiliar de cocina: Brinda acompañamiento en todo el proceso de preparación, adecuación y ejecución de cada uno de los platos que se preparan en el área de cocina. Además, es el encargado de mantener en perfecto estado la materia prima para la elaboración de estos.
- Mesero: Encargado de prestar profesionalmente un servicio al cliente. A través de los momentos de verdad, pretende servir con plena amabilidad y rapidez cada uno de los visitantes al lugar.
- Administrador: desarrolla un proceso de mejora continua que plantea un modelo utilizado para planear, organizar, ejecutar y controlar el progreso y consolidación de la organización.
- Cajero: su función se basa en el recaudo del pago de los clientes por productos que hayan sido adquiridos. Es responsable de su unidad de recaudación, por lo tanto, debe procurar que todo el dinero que pase por su caja sea correctamente registrado, sin alteraciones.

## 5 ESTRUCTURA FINANCIERA

### 5.1 INVERSIÓN INICIAL

La inversión inicial con la que contará el proyecto es \$143.042.175 los cuales se encuentran a continuación divididos en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

#### 5.1.1 Activos fijos.

Tabla 5. Inventario inicial

Inversión en pesos			
Ítem	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Activos fijos			
<b>Muebles y enseres</b>			
Mesas cuatro puestos	5	\$ 449.900	\$ 2.249.500
Sistema de Alarma	1	\$ 395.000	\$ 395.000
Recepción caja de cobro	1	\$ 840.000	\$ 840.000
Lámparas colgantes X3	9	\$ 33.500	\$ 301.500
Aire Acondicionado	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
<b>Total muebles y enseres</b>			<b>\$ 6.786.000</b>
<b>Equipos de cómputo y comunicación</b>			
Computadores caja registradora	1	\$ 2.290.000	\$ 2.290.000
Impresora	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Celular	1	\$ 780.000	\$ 780.000
<b>Total equipos de cómputo y comunicación</b>			<b>\$ 3.370.000</b>
<b>Maquinaria y equipo</b>			
Cocina industrial acero inoxidable	1	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000
Plancha asadora	2	\$ 5.140.000	\$ 10.280.000
Estufa con horno	1	\$ 1.400.900	\$ 1.400.900
Servilletero	10	\$ 7.000	\$ 70.000
Set recipientes x5	1	\$ 146.777	\$ 146.777
Licadora Oster	3	\$ 219.999	\$ 659.997

<b>Inversión en pesos</b>			
Ítem	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Jarra de vidrio	10	\$ 20.000	\$ 200.000
Vasos set X6	6	\$ 49.209	\$ 295.254
Set de cocina Gibson X41	3	\$ 80.000	\$ 240.000
Batería de cocina en acero inox.	1	\$ 359.900	\$ 359.900
Nevera	1	\$ 3.001.900	\$ 3.001.900
Refrigerador	1	\$ 1.657.427	\$ 1.657.427
<b>Total maquinaria y equipo</b>			<b>\$ 38.312.155</b>
<b>Vehículo</b>			
Carro	1	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000
<b>Total vehículos</b>			<b>\$ 15.000.000</b>
<b>Total activos fijos</b>			<b>\$ 63.468.155</b>

Fuente: Los autores.

En la tabla anterior se puede observar el total de activos fijos, con un valor de \$63.468.155 millones de pesos, que corresponden a una parte de la inversión inicial requerida.

### 5.1.2 Activos diferidos

Tabla 6. Activos diferidos

<b>Activos diferidos</b>			
<b>Gastos preoperativos</b>			
Ítem	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Registro mercantil	1	\$ 719.000	\$ 719.000
Notaria	1	\$ 25.360	\$ 25.360
Dagma	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Uso de suelo	1	\$ 50.000	\$ 50.000
Bomberos	1	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000
Higiene y sanidad	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Sayco y acinpro	1	\$ 327.000	\$ 327.000
<b>Total gastos preoperativos</b>			<b>\$ 2.821.360</b>

<b>Activos diferidos</b>			
<b>Activos no depreciables</b>			
Ítem	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Resma de papel	4	\$ 10.000	\$ 40.000
Grapadora	1	\$ 5.000	\$ 5.000
Calculadora	1	\$ 15.000	\$ 15.000
<b>Total activos no depreciables</b>			<b>\$ 60.000</b>
<b>Adecuaciones</b>			
Insta. Aire Acondicionado	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Pintura	2	\$ 300.000	\$ 600.000
<b>Total adecuaciones</b>			<b>\$ 900.000</b>
<b>Publicidad preoperativa</b>			
Volantes	1	\$ 70.000	\$ 70.000
Servicio de volanteo	1	\$ 16.000	\$ 16.000
<b>Total publicidad preoperativa</b>			<b>\$ 86.000</b>
<b>Seguros</b>			
<b>póliza todo riesgo</b>	<b>1</b>	<b>\$ 100.000</b>	<b>\$ 100.000</b>
<b>Total seguros</b>			<b>\$ 100.000</b>
<b>Total activos diferidos</b>			<b>\$ 3.967.360</b>

Fuente: Los autores.

En la tabla anterior se puede observar el total de activos diferidos, con un valor de \$3.967.360 millones de pesos, que corresponde a una parte de la inversión inicial requerida.

### 5.1.3 Capital de trabajo.

Tabla 7. Capital de trabajo

<b>Capital de trabajo</b>			
Ítem	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Nomina	6	\$ 10.129.993	\$ 60.779.955
Gastos de administración	6	\$ 2.069.291	\$ 12.415.749
Gastos de ventas	6	\$ 401.826	\$ 2.410.956
Inventarios materia prima	1		

<b>Capital de trabajo</b>			
Ítem	Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>Total capital de trabajo</b>			<b>\$ 75.606.660</b>

Fuente: Los autores.

En la tabla anterior, se puede observar el total de capital de trabajo con un valor de \$75.606.660 millones de pesos que corresponden a nomina, gastos de administración y gastos de ventas para los 6 primeros meses de funcionamiento y el inventario de materia prima del primer mes.

## 5.2 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Tabla 8. Depreciación de activos fijos

<b>Depreciación en pesos</b>							
Ítem	Años	Depreciación mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y enseres	3	\$188.500	\$2.262.000	\$2.262.000	\$2.262.000		
Equipos de cómputo y comunicación	3	\$93.611	\$1.123.333	\$1.123.333	\$1.123.333		
Maquinaria y equipo	5	\$638.536	\$7.662.431	\$7.662.431	\$7.662.431	\$7.662.431	\$7.662.431
Vehículos	5	\$250.000	\$3.000.000	\$3.000.000	\$3.000.000	\$3.000.000	\$3.000.000
<b>Total</b>		<b>\$1.170.647</b>	<b>\$14.047.764</b>	<b>\$14.047.764</b>	<b>\$14.047.764</b>	<b>\$10.662.431</b>	<b>\$10.662.431</b>
Meses/año	12						

Fuente: Los autores.

En la tabla anterior se puede observar la depreciación en pesos de cada uno de los activos fijos con sus respectivos años de vida.



### 5.3 AMORTIZACIÓN

Se estima que, para la realización de la idea de negocio, se necesitaría un préstamo con una entidad bancaria de alrededor de unos \$64.058.131, esa sería la deuda del restaurante llegado el caso. La siguiente es la tabla de amortización para 60 periodos, con tasa de interés 2,08% mensual, con un préstamo de \$71.521.087 de pesos, con cuota fija a través del tiempo.

Tabla 9. Amortización

Amortización en pesos				
No. De cuotas	Cuotas	Interés	Amortización	Saldo
0				71.521.087
1	1.830.645	1.094.950	735.695	70.785.392
2	1.830.645	1.083.687	746.958	70.038.434
3	1.830.645	1.072.251	758.394	69.280.040
4	1.830.645	1.060.641	770.005	68.510.035
5	1.830.645	1.048.852	781.793	67.728.243
6	1.830.645	1.036.884	793.762	66.934.481
7	1.830.645	1.024.731	805.914	66.128.567
8	1.830.645	1.012.393	818.252	65.310.315
9	1.830.645	999.866	830.779	64.479.536
10	1.830.645	987.148	843.498	63.636.039
11	1.830.645	974.234	856.411	62.779.627
12	1.830.645	961.123	869.522	61.910.105
13	1.830.645	947.811	882.834	61.027.271
14	1.830.645	934.295	896.350	60.130.921
15	1.830.645	920.573	910.073	59.220.848
16	1.830.645	906.640	924.005	58.296.842
17	1.830.645	892.494	938.151	57.358.691
18	1.830.645	878.131	952.514	56.406.177
19	1.830.645	863.549	967.097	55.439.080
20	1.830.645	848.743	981.902	54.457.178
21	1.830.645	833.711	996.935	53.460.243

<b>Amortización en pesos</b>				
No. De cuotas	Cuotas	Interés	Amortización	Saldo
22	1.830.645	818.448	1.012.197	52.448.046
23	1.830.645	802.952	1.027.693	51.420.353
24	1.830.645	787.218	1.043.427	50.376.926
25	1.830.645	771.244	1.059.401	49.317.525
26	1.830.645	755.025	1.075.620	48.241.905
27	1.830.645	738.558	1.092.087	47.149.817
28	1.830.645	721.839	1.108.807	46.041.011
29	1.830.645	704.863	1.125.782	44.915.229
30	1.830.645	687.628	1.143.017	43.772.212
31	1.830.645	670.129	1.160.516	42.611.697
32	1.830.645	652.363	1.178.283	41.433.414
33	1.830.645	634.324	1.196.322	40.237.092
34	1.830.645	616.009	1.214.637	39.022.455
35	1.830.645	597.413	1.233.232	37.789.223
36	1.830.645	578.533	1.252.112	36.537.111
37	1.830.645	559.364	1.271.281	35.265.830
38	1.830.645	539.901	1.290.744	33.975.086
39	1.830.645	520.141	1.310.505	32.664.581
40	1.830.645	500.077	1.330.568	31.334.013
41	1.830.645	479.707	1.350.938	29.983.075
42	1.830.645	459.025	1.371.620	28.611.455
43	1.830.645	438.026	1.392.619	27.218.836
44	1.830.645	416.706	1.413.939	25.804.897
45	1.830.645	395.059	1.435.586	24.369.311
46	1.830.645	373.081	1.457.564	22.911.747
47	1.830.645	350.767	1.479.879	21.431.868
48	1.830.645	328.111	1.502.535	19.929.333
49	1.830.645	305.108	1.525.538	18.403.796
50	1.830.645	281.752	1.548.893	16.854.903
51	1.830.645	258.040	1.572.606	15.282.297
52	1.830.645	233.964	1.596.681	13.685.616
53	1.830.645	209.520	1.621.126	12.064.490
54	1.830.645	184.701	1.645.944	10.418.546

<b>Amortización en pesos</b>				
No. De cuotas	Cuotas	Interés	Amortización	Saldo
55	1.830.645	159.502	1.671.143	8.747.403
56	1.830.645	133.918	1.696.727	7.050.676
57	1.830.645	107.942	1.722.703	5.327.973
58	1.830.645	81.568	1.749.077	3.578.896
59	1.830.645	54.791	1.775.854	1.803.042
60	1.830.645	27.604	1.803.042	0

Fuente: Los autores

## 5.4 PARÁMETROS GENERALES

### 5.4.1 Parámetros económicos.

Tabla 10. Parámetros económicos.

<b>Parámetros económicos</b>					
Ítem	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
IPC%	4,10%	3,18%	3,80%	1,88%	2,95%
TRM (%)	2.984	2.956	3.281	3.859	3.859
Variación TRM (%)	(2,26%)	(0,94%)	10,99%	17,62%	0,00%
Incremento % en precios	4,10%	3,18%	3,80%	1,88%	2,95%
Incremento % en costos	4,10%	3,18%	3,80%	1,88%	2,95%
Incremento % en unidades	1,82%	1,82%	1,82%	1,82%	1,82%
Impuesto de renta (%)	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%
IVA (%)	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%
INC (%)	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%
ICA (tarifa x mil)	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
Reserva legal (%)	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
Descuentos	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%
TRM año 2016(%)	3.053				

Fuente: Los autores

## 5.4.2 Márgenes brutos.

Tabla 11. Márgenes brutos.

<b>Márgenes brutos</b>			
Ítem	Costo sin IVA	Margen	Precio de venta sin IVA
Hamburguesa	8.647	191,25%	25.183
Jugo en leche	8.297	100,90%	16.668
Perro sencillo	8.606	174,37%	23.612
Pizza	8.239	96,08%	16.154
Postre	8.308	129,73%	19.085
Disminución % de margen	0,00%		

Fuente: Los autores

## 5.4.3 Parámetros de gastos de administración y ventas.

Tabla 12. Parámetros de gastos de administración y ventas.

<b>Parámetros de gastos</b>			
Ítem	Cantidad	Valor unitario	Valor total ajustado
<b>Administración</b>			
Arriendo	1	1.300.000	1.353.300
Servicios públicos	1	450.000	468.450
Servicio de gas	1	70.000	72.870
Servicio de internet, telefonía	1	120.000	124.920
Honorarios contador	1	250.000	260.250
Servicio vigilancia	1	104.000	108.264
<b>Total servicios</b>		<b>2.294.000</b>	<b>2.388.054</b>
<b>Implementos de aseo y cafetería</b>			
Productos de limpieza cocina	1	273.476	284.689
Productos de limpieza de baño	1	266.822	277.762
Productos de mesas (servilletas, palillos, pitillos)	1	14.630	15.230

<b>Parámetros de gastos</b>			
Productos de limpieza (trapero, escoba, recogedor)	1	66.764	69.501
Productos de bioseguridad	1	345.000	359.145
<b>Total de implementos de aseo y cafetería</b>		<b>966.692</b>	<b>1.006.326</b>
<b>Útiles de oficina y papelería</b>			
Resma de papel tamaño carta	2	10.100	21.028
Resma de papel tamaño oficio	2	11.700	24.359
Lapiceros caja x 15	1	11.000	11.451
Clips	1	2.500	2.603
Ganchos cosedora caja x 50	2	5.500	11.451
Cartucho impresora	2	12.000	24.984
<b>Total útiles y oficina</b>		<b>52.800</b>	<b>95.876</b>
<b>Total gastos de administración</b>			<b>3.490.256</b>
<b>Gastos de venta</b>			
Gastos de representación	1	300.000	312.300
Volantes (paquete x 1000)	1	70.000	72.870
Servicio volanteo	1	16.000	16.656
<b>Total gastos de ventas</b>			<b>401.826</b>
<b>Total gastos</b>			<b>3.892.082</b>

Fuente: Los autores

#### 5.4.4 Parámetros laborales.

A continuación, se presenta los porcentajes a tener en cuenta para el pago de las prestaciones sociales de cada uno de los empleados.

Tabla 13. Parámetros laborales.

<b>Parámetros laborales</b>	
<b>Ítem</b>	
SMMLV (\$)	908.526

<b>Parámetros laborales</b>	
Auxilio de transporte (\$)	106.454
Cesantías (%)	8,33%
Intereses a las cesantías (%)	1,00%
Primas	8,33%
Vacaciones	4,16%
Salud (%)	8,5%
Pensiones (%)	12%
ARL (%)	0,52%
ARL para producción (%)	2,436%
Caja de compensación familiar	4,00%
ICBF (%)	0,00%
Sena (%)	0,00%

Fuente: Los autores

Se tiene en cuenta los horarios de los empleados, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 14. Horario laboral.

<b>Horarios</b>					
Personal	Días para laborar	Hora entrada	Hora salida	Total de horas	Total de horas semanales
Todo el personal	Martes-viernes y domingos	4:00 p.m.	12:00 a.m.	8 horas	40 horas
Todo el personal	Sábados	6:00 p.m.	2:00 a.m.	8 horas	8 horas

Fuente: Los autores

Tabla 15. Cargos y salarios.

<b>Cargos y salarios</b>	
<b>Administración</b>	
Administrador	1.561.500
Personal con auxilio	1
<b>Producción</b>	
Chef	1.300.000
Aux. cocina	1.000.000
Cajero	982.634
Mesero 1	908.526
Mesero 2	908.526
Personal con auxilio	5

Fuente: Los autores

Tabla 16. Cargo y prestaciones de ley administración.

<b>Cargos</b>	<b>1 mes</b>
Administrador	1.561.500
<b>Total</b>	<b>1.561.500</b>
Datos al estado de resultados	
Personas con auxilio	1
Salario	1.561.500
Auxilio de transporte (\$)	106.454
Cesantías (%)	138.996
Intereses a las cesantías (%)	16.680
Primas	138.996
Vacaciones	64.958
Salud (%)	132.728
Pensiones (%)	187.380
ARL (%)	8.151
Caja de compensación familiar	62.460
ICBF (%)	0
Sena (%)	0

<b>Cargos</b>	<b>1 mes</b>
<b>Total</b>	<b>2.418.303</b>

Fuente: Los autores

Tabla 17. Cargos y prestaciones equipo de producción.

<b>Cargos</b>	<b>1 mes</b>
Chef	1.300.000
Aux. cocina	1.000.000
Cajero	982.634
Mesero 1	908.526
Mesero 2	908.526
<b>Total</b>	<b>5.099.686</b>
Datos al estado de resultados	
Personas con auxilio	5
Salario	5.099.686
Auxilio de transporte (\$)	106.454
Cesantías (%)	433.845
Intereses a las cesantías (%)	52.061
Primas	433.845
Vacaciones	212.147
Salud (%)	433.473
Pensiones (%)	611.962
ARL (%)	124.228
Caja de compensación familiar	203.987
ICBF (%)	0
Sena (%)	0
<b>Total</b>	<b>7.711.690</b>

Fuente: Los autores



Tabla 18. Cargo y prestaciones de ley administración por año.

<b>Cargos</b>	<b>AÑO 1</b>
Administrador	18.738.000
<b>Total</b>	<b>18.738.000</b>
Datos al estado de resultados	
Personas con auxilio	
Salario	18.738.000
Auxilio de transporte (\$)	1.277.448
Cesantías (%)	1.667.954
Intereses a las cesantías (%)	200.154
Primas	1.667.954
Vacaciones	779.501
Salud (%)	1.592.730
Pensiones (%)	2.248.560
ARL (%)	97.812
Caja de compensación familiar	749.520
ICBF (%)	0
Sena (%)	0
<b>Total</b>	<b>29.019.634</b>

Fuente: Los autores

Tabla 19. Cargos y prestaciones equipo de producción por año.

<b>Cargos</b>	<b>Año 1</b>
Chef	15.600.000
Aux. cocina	12.000.000
Cajero	11.791.608
Mesero 1	10.902.312
Mesero 2	10.902.312
<b>Total</b>	<b>61.196.232</b>
Datos al estado de resultados	
Personas con auxilio	
Salario	61.196.232

<b>Cargos</b>	<b>Año 1</b>
Auxilio de transporte (\$)	1.277.448
Cesantías (%)	5.206.140
Intereses a las cesantías (%)	624.737
Primas	5.206.140
Vacaciones	2.545.763
Salud (%)	5.201.680
Pensiones (%)	7.343.548
ARL (%)	1.490.740
Caja de compensación familiar	2.447.849
ICBF (%)	0
Sena (%)	0
<b>Total</b>	<b>92.540.277</b>

Fuente: Los autores

## 5.5 GASTOS GENERALES DE VENTAS, ADMINISTRACIÓN Y PRODUCCIÓN.

Teniendo en cuenta la siguiente tabla, se observa una proyección de ventas constantes durante el primer año.

Tabla 20. Proyección de ventas.

<b>Proyección de ventas</b>													
	<b>ene</b>	<b>feb</b>	<b>mar</b>	<b>abr</b>	<b>may</b>	<b>jun</b>	<b>jul</b>	<b>ago</b>	<b>sep</b>	<b>oct</b>	<b>nov</b>	<b>dic</b>	<b>Año 1</b>
Hamburguesa	434	434	434	434	434	434	434	434	434	434	434	434	5.206
Jugo en leche	237	237	237	237	237	237	237	237	237	237	237	237	2.841
Perro sencillo	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	2.039
Pizza	184	184	184	184	184	184	184	184	184	184	184	184	2.212
Postre	109	109	109	109	109	109	109	109	109	109	109	109	1.312
<b>TOTAL</b>	<b>1.134</b>	<b>1.134</b>	<b>1.134</b>	<b>1.134</b>	<b>1.134</b>	<b>1.134</b>	<b>1.134</b>	<b>1.134</b>	<b>1.134</b>	<b>1.134</b>	<b>1.134</b>	<b>1.134</b>	<b>13.610</b>

Fuente: Los autores

## 5.6 COSTOS UNITARIOS DEL PRODUCTO O SERVICIO.

A continuación, se muestra los costos unitarios por cada plato a ofrecer en el restaurante sin el porcentaje del IVA.

Tabla 21. Costos.

<b>Costos</b>					
Hamburguesa					
Insumos	Cantidad	Medida	Valor total	Cantidad x unidad	Valor
Carne	5000	Gramos	15000	250	750
Cebolla	1000	Gramos	2000	150	300
Pan	5000	Gramos	5000	80	80
Tomate	1000	Gramos	2000	150	300
<b>Costos materia prima</b>					<b>1.430</b>
Costos MOD					6.799
Costos CIF					418
<b>Total costo unitario</b>					<b>8.647</b>

Jugo en leche					
Insumos	Cantidad	Medida	Valor total	Cantidad x unidad	Valor
Mango	7000	Gramos	14.000	200	400
Leche	6000	Gramos	15.000	200	500
Estevia	1000	Gramos	9.000	20	180
<b>costo materia prima</b>					<b>1.080</b>
Costos MOD					6.799
Costos CIF					418
<b>Total costo unitario</b>					<b>8.297</b>

Perro sencillo					
Insumos	Cantidad	Medida	Valor total	Cantidad x unidad	Valor
Pan perro	5000	Gramos	5.000	40	40
Salchicha	450	Gramos	5.900	30	393
Ripio de papa	1000	Gramos	8.000	80	640
Queso	500	Gramos	5.900	20	236

<b>Costos</b>					
Cebolla	1000	Gramos	2.000	40	80
<b>costo materia prima</b>					<b>1.389</b>
Costos MOD					6.799
Costos CIF					418
<b>Total, costo unitario</b>					<b>8.606</b>

Pizza					
Insumos	Cantidad	Medida	Valor total	Cantidad x unidad	Valor
Harina	1000	Gramos	2.200	50	110
Aceite De Oliva	500	Gramos	12.000	10	240
Sal	500	Gramos	1.000	10	20
Salsa De Tomate	1000	Gramos	9.000	20	180
Queso	500	Gramos	5.900	20	236
Jamón	500	Gramos	5.900	20	236
<b>costo materia prima</b>					<b>1.022</b>
Costos MOD					6.799
Costos CIF					418
<b>Total costo unitario</b>					<b>8.239</b>

Postre					
Insumos	Cantidad	Medida	Valor total	Cantidad x unidad	Valor
CREMA DE LECHE	1000	Gramos	5.000	40	200
LECHE	6000	Gramos	15.000	50	125
FRESAS	500	Gramos	1.000	80	160
GELATINA DE FRESAS	160	Gramos	2.500	10	156
ESTEVIA	1000	Gramos	9.000	50	450
<b>costo materia prima</b>					<b>1.091</b>
Costos MOD					6.799
Costos CIF					418
<b>Total costo unitario</b>					<b>8.308</b>

Fuente: Los autores

## 5.7 PROYECCIÓN DE COSTOS Y VENTAS

En las siguientes tablas, se observa la proyección tanto en costos como en ventas del restaurante Sana Tentación:

Tabla 22. Costo unitario sin MDO y sin CIF.

<b>Costo unitario sin MDO y sin CIF</b>						
	<b>Ene</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Hamburguesa	1.430	1.430	1.475	1.532	1.560	1.606
Jugo en leche	1.080	1.080	1.114	1.157	1.178	1.213
Perro sencillo	1.389	1.389	1.434	1.488	1.516	1.561
Pizza	1.022	1.022	1.054	1.095	1.115	1.148
Postre	1.091	1.091	1.126	1.169	1.191	1.226
<b>Total</b>	<b>6.013</b>	<b>6.204</b>	<b>6.440</b>	<b>6.561</b>	<b>6.754</b>	<b>6.013</b>

Fuente: Los autores

Tabla 23. Ventas totales.

<b>Ventas totales</b>						
	<b>Ene</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Hamburguesa	10.925.567	131.106.805	137.739.636	145.577.568	151.015.515	158.301.888
Jugo en leche	3.946.379	47.356.551	49.752.369	52.583.476	54.547.694	57.179.575
Perro sencillo	4.011.956	48.143.478	50.579.107	53.457.258	55.454.117	58.129.731
Pizza	2.977.425	35.729.103	37.536.676	39.672.661	41.154.606	43.140.281
Postre	2.086.802	25.041.625	26.308.507	27.805.566	28.844.223	30.235.933
<b>Total</b>	<b>23.948.130</b>	<b>287.377.562</b>	<b>301.916.295</b>	<b>319.096.529</b>	<b>331.016.155</b>	<b>346.987.408</b>

Fuente: Los autores

## 5.8 PROYECCIÓN DE IMPUESTOS

### 5.8.1 IVA

Tabla 24. IVA.

<b>IVA en pesos</b>						
	<b>ENE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
IVA COBRADO	4.550.145	54.601.737	57.364.096	60.628.341	62.893.069	65.927.607
IVA PAGADO	269.771	3.237.250	3.401.025	3.594.557	3.728.829	3.908.742
<b>IVA CAUSADO</b>	<b>4.280.374</b>	<b>51.364.487</b>	<b>53.963.071</b>	<b>57.033.783</b>	<b>59.164.240</b>	<b>62.018.865</b>
IVA AL FLUJO DE CAJA		34.242.991	35.975.380	38.022.522	39.442.827	41.345.910
IVA AL AÑO SIGUIENTE		0	17.121.496	17.987.690	19.011.261	19.721.413
<b>IVA TOTAL AL FLUJO DE CAJA</b>	<b>0</b>	<b>34.242.991</b>	<b>53.096.876</b>	<b>56.010.212</b>	<b>58.454.088</b>	<b>61.067.323</b>
MES AÑO	12					
IVA PAGADO X AÑO MES	8					
IVA X PAGAR X AÑO MES	4					
<b>Recaudo en pesos</b>						
	<b>ENE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
CONTADO	23.948.130	287.377.562	301.916.295	319.096.529	331.016.155	346.987.408
CREDITO		0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>23.948.130</b>	<b>287.377.562</b>	<b>301.916.295</b>	<b>319.096.529</b>	<b>331.016.155</b>	<b>346.987.408</b>
MESES AÑO	12					
MESES RECAUDOS	11					
<b>Pagos en pesos</b>						
	<b>ENE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
CONTADO	1.419.846	17.038.156	17.900.134	18.918.723	19.625.418	20.572.328
CREDITO		0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>1.419.846</b>	<b>17.038.156</b>	<b>17.900.134</b>	<b>18.918.723</b>	<b>19.625.418</b>	<b>20.572.328</b>
MESES AÑO	12					
MESES RECAUDOS	11					

Fuente: Los autores

En las anteriores tablas se puede ver el valor a recaudar por IVA proyectado durante los primeros 5 años de funcionamiento del restaurante.

**5.8.2 Impuesto nacional al consumo.** El porcentaje que se manejará del impuesto nacional al consumo, será del 8%.

**5.8.3 Cuentas por cobrar.** La empresa no tendrá ningún tipo de crédito para los clientes, todo deberá ser cancelado al momento de consumo y visita al restaurante.

**5.8.4 Cuentas por pagar.** Se estima que, para la realización de la idea de negocio, se necesitaría un préstamo con una entidad bancaria de alrededor de unos \$71.521.087, esa sería la deuda del restaurante llegado el caso.

La amortización es para 60 periodos, con tasa de interés 1,53% mensual, con un préstamo de \$71.521.087 de pesos, con cuota fija a través del tiempo

## 5.9 ESTADOS FINANCIEROS

A continuación, se muestra el estado de resultados sin financiación y con financiación, del restaurante

### 5.9.1 Estado de resultados.

Tabla 25. Estado de resultados sin financiación en pesos

<b>Estado de resultados sin financiación en pesos</b>					
Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	287.377.562	301.916.295	319.096.529	331.016.155	346.987.408
Descuentos	2.873.776	3.019.163	3.190.965	3.310.162	3.469.874
Devoluciones					
<b>Ventas netas</b>	<b>284.503.786</b>	<b>298.897.132</b>	<b>315.905.564</b>	<b>327.705.994</b>	<b>343.517.534</b>
CMV	115.256.400	121.087.342	127.977.692	132.758.208	139.163.681
<b>Utilidad brutas</b>	<b>169.247.387</b>	<b>177.809.790</b>	<b>187.927.872</b>	<b>194.947.785</b>	<b>204.353.853</b>
<b>Egresos</b>					

<b>Estado de resultados sin financiación en pesos</b>					
Nomina	29.019.634	29.942.458	31.080.271	31.664.580	32.598.686
Gastos de administración	18.218.283	18.797.624	19.511.934	19.878.758	20.465.182
Gastos de ventas	4.821.912	4.975.249	5.164.308	5.261.397	5.416.608
Gastos depreciación	14.047.764	14.047.764	14.047.764	10.662.431	10.662.431
Gastos diferidos	3.967.360	103.180	107.101	109.114	112.333
ICA	3.926.152	4.124.780	4.359.497	4.522.343	4.740.542
<b>Total egresos</b>	<b>74.001.105</b>	<b>71.991.056</b>	<b>74.270.876</b>	<b>72.098.624</b>	<b>73.995.782</b>
<b>Utilidad operacional</b>	<b>95.246.282</b>	<b>105.818.734</b>	<b>113.656.996</b>	<b>122.849.161</b>	<b>130.358.071</b>
<b>Otros ingresos y egresos</b>					
Gastos financieros préstamo	0				
Gastos financieros leasing	0				
<b>Total otros ingresos y egresos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Utilidad neta antes de impuestos</b>	<b>95.246.282</b>	<b>105.818.734</b>	<b>113.656.996</b>	<b>122.849.161</b>	<b>130.358.071</b>
Impuesto de renta	31.431.273	34.920.182	37.506.809	40.540.223	43.018.163
<b>Utilidad neta después de impuestos</b>	<b>63.815.009</b>	<b>70.898.552</b>	<b>76.150.188</b>	<b>82.308.938</b>	<b>87.339.907</b>
Reserva legal	6.381.501	7.089.855	7.615.019	8.230.894	8.733.991
<b>Utilidad del ejercicio</b>	<b>57.433.508</b>	<b>63.808.697</b>	<b>68.535.169</b>	<b>74.078.044</b>	<b>78.605.917</b>
Utilidad acumulada	57.433.508	121.242.205	189.777.374	263.855.418	342.461.334
Reserva legal acumulada	6.381.501	13.471.356	21.086.375	29.317.269	38.051.259

Fuente: Los autores

Tabla 26. Estado de resultados con financiación en pesos

<b>Estado de resultados con financiación en pesos.</b>					
Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	287.377.562	301.916.295	319.096.529	331.016.155	346.987.408
Descuentos	2.873.776	3.019.163	3.190.965	3.310.162	3.469.874
Devoluciones					
<b>Ventas netas</b>	<b>284.503.786</b>	<b>298.897.132</b>	<b>315.905.564</b>	<b>327.705.994</b>	<b>343.517.534</b>
CMV	115.256.400	121.087.342	127.977.692	132.758.208	139.163.681



<b>Estado de resultados con financiación en pesos.</b>					
<b>Utilidad brutas</b>	<b>169.247.387</b>	<b>177.809.790</b>	<b>187.927.872</b>	<b>194.947.785</b>	<b>204.353.853</b>
<b>Egresos</b>					
Nomina	29.019.634	29.942.458	31.080.271	31.664.580	32.598.686
Gastos de administración	18.218.283	18.797.624	19.511.934	19.878.758	20.465.182
Gastos de ventas	4.821.912	4.975.249	5.164.308	5.261.397	5.416.608
Gastos depreciación	14.047.764	14.047.764	14.047.764	10.662.431	10.662.431
Gastos diferidos	3.967.360	103.180	107.101	109.114	112.333
ICA	3.926.152	4.124.780	4.359.497	4.522.343	4.740.542
<b>Total egresos</b>	<b>74.001.105</b>	<b>71.991.056</b>	<b>74.270.876</b>	<b>72.098.624</b>	<b>73.995.782</b>
<b>Utilidad operacional</b>	<b>95.246.282</b>	<b>105.818.734</b>	<b>113.656.996</b>	<b>122.849.161</b>	<b>130.358.071</b>
<b>Otros ingresos y egresos</b>					
Gastos financieros préstamo	12.356.760	10.434.564	8.127.928	5.359.965	2.038.410
Gastos financieros leasing	0				
<b>Total otros ingresos y egresos</b>	<b>12.356.760</b>	<b>10.434.564</b>	<b>8.127.928</b>	<b>5.359.965</b>	<b>2.038.410</b>
<b>Utilidad neta antes de impuestos</b>	<b>82.889.522</b>	<b>95.384.170</b>	<b>105.529.068</b>	<b>117.489.196</b>	<b>128.319.661</b>
Impuesto de renta	27.353.542	31.476.776	34.824.593	38.771.435	42.345.488
<b>Utilidad neta después de impuestos</b>	<b>55.535.979</b>	<b>63.907.394</b>	<b>70.704.476</b>	<b>78.717.761</b>	<b>85.974.173</b>
Reserva legal	5.553.598	6.390.739	7.070.448	7.871.776	8.597.417
<b>Utilidad del ejercicio</b>	<b>49.982.382</b>	<b>57.516.655</b>	<b>63.634.028</b>	<b>70.845.985</b>	<b>77.376.756</b>
Utilidad acumulada	49.982.382	107.499.036	171.133.064	241.979.050	319.355.805
Reserva legal acumulada	5.553.598	11.944.337	19.014.785	26.886.561	35.483.978

Fuente: Los autores

### 5.9.2 Flujo de caja.

La siguiente tabla muestra las entradas y salidas que obtiene el restaurante, hablando tanto en costos de producción, publicidad y los ingresos que se obtienen. Lo anterior, proyectado a 5 años.

Tabla 27. Flujo de caja sin financiación en pesos

<b>Flujo de caja sin financiación en pesos</b>					
Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Recaudos	287.377.562	301.916.295	319.096.529	331.016.155	346.987.408
IVA cobrado	54.601.737	57.364.096	60.628.341	62.893.069	65.927.607
INC cobrado	0	0	0	0	0
<b>Total ingresos</b>	<b>341.979.299</b>	<b>359.280.391</b>	<b>379.724.870</b>	<b>393.909.225</b>	<b>412.915.015</b>
<b>Egresos</b>					
Nómina	27.151.525	29.883.052	31.007.026	31.626.966	32.538.554
Gastos de Administración	18.218.283	18.797.624	19.511.934	19.878.758	20.465.182
Gastos de Ventas	4.821.912	4.975.249	5.164.308	5.261.397	5.416.608
IVA pagado	3.237.250	3.401.025	3.594.557	3.728.829	3.908.742
IVA total al flujo de caja	34.242.991	53.096.876	56.010.212	58.454.088	61.067.323
INC total al flujo de caja	0	0	0	0	0
Seguros	0	103.180	107.101	109.114	112.333
Impuesto de Renta	0	31.431.273	34.920.182	37.506.809	40.540.223
ICA	0	3.926.152	4.124.780	4.359.497	4.522.343
Pagos	115.256.400	121.087.342	127.977.692	132.758.208	139.163.681
Descuentos	2.873.776	3.019.163	3.190.965	3.310.162	3.469.874
<b>Total egresos</b>	<b>205.802.136</b>	<b>269.720.937</b>	<b>285.608.758</b>	<b>296.993.829</b>	<b>311.204.863</b>
<b>Flujo de caja operacional</b>	<b>136.177.163</b>	<b>89.559.454</b>	<b>94.116.111</b>	<b>96.915.396</b>	<b>101.710.152</b>
<b>Flujo de caja financiero</b>					
Gastos Financieros					
Préstamo	0				
Amortización Préstamo	0				
Gastos Financieros Leasing	0				
Amortización Leasing	0				
<b>Total flujo de caja financiero</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Flujo de caja neto</b>	<b>136.177.163</b>	<b>89.559.454</b>	<b>94.116.111</b>	<b>96.915.396</b>	<b>101.710.152</b>
Saldo Inicial de Caja	75.606.660	211.783.823	301.343.277	395.459.388	492.374.784
<b>Saldo final de caja</b>	<b>211.783.823</b>	<b>301.343.277</b>	<b>395.459.388</b>	<b>492.374.784</b>	<b>594.084.935</b>

Fuente: Los autores

Tabla 28. Flujo de caja con financiación en pesos.

<b>Flujo de caja con financiación en pesos</b>					
Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Recaudos	287.377.562	301.916.295	319.096.529	331.016.155	346.987.408
IVA cobrado	54.601.737	57.364.096	60.628.341	62.893.069	65.927.607
INC cobrado	0	0	0	0	0
<b>Total ingresos</b>	<b>341.979.299</b>	<b>359.280.391</b>	<b>379.724.870</b>	<b>393.909.225</b>	<b>412.915.015</b>
<b>Egresos</b>					
Nómina	27.151.525	29.883.052	31.007.026	31.626.966	32.538.554
Gastos de Administración	18.218.283	18.797.624	19.511.934	19.878.758	20.465.182
Gastos de Ventas	4.821.912	4.975.249	5.164.308	5.261.397	5.416.608
IVA pagado	3.237.250	3.401.025	3.594.557	3.728.829	3.908.742
IVA total al flujo de caja	34.242.991	53.096.876	56.010.212	58.454.088	61.067.323
INC total al flujo de caja	0	0	0	0	0
Seguros	0	103.180	107.101	109.114	112.333
Impuesto de Renta	0	27.353.542	31.476.776	34.824.593	38.771.435
ICA	0	3.926.152	4.124.780	4.359.497	4.522.343
Pagos	115.256.400	121.087.342	127.977.692	132.758.208	139.163.681
Descuentos	2.873.776	3.019.163	3.190.965	3.310.162	3.469.874
<b>Total egresos</b>	<b>205.802.136</b>	<b>265.643.206</b>	<b>282.165.352</b>	<b>294.311.613</b>	<b>309.436.075</b>
<b>Flujo de caja operacional</b>	<b>136.177.163</b>	<b>93.637.185</b>	<b>97.559.517</b>	<b>99.597.612</b>	<b>103.478.940</b>
<b>Flujo de caja financiero</b>					
Gastos Financieros Préstamo	12.356.760	10.434.564	8.127.928	5.359.965	2.038.410
Amortización Préstamo	9.610.983	11.533.179	13.839.815	16.607.778	19.929.333
Gastos Financieros Leasing	0				
Amortización Leasing	0				
<b>Total flujo de caja financiero</b>	<b>21.967.743</b>	<b>21.967.743</b>	<b>21.967.743</b>	<b>21.967.743</b>	<b>21.967.743</b>
<b>Flujo de caja neto</b>	<b>114.209.420</b>	<b>71.669.442</b>	<b>75.591.774</b>	<b>77.629.869</b>	<b>81.511.197</b>
Saldo Inicial de Caja	75.606.660	189.816.080	261.485.522	337.077.296	414.707.165
<b>Saldo final de caja</b>	<b>189.816.080</b>	<b>261.485.522</b>	<b>337.077.296</b>	<b>414.707.165</b>	<b>496.218.362</b>

Fuente: Los autores

### 5.9.3 Balance general.

Tabla 29. Balance general proyectado sin financiación en pesos.

<b>Balance general proyectado sin financiación en pesos</b>						
	<b>Balance inicial</b>	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activos</b>						
<b>Activo corriente</b>						
Caja bancos	75.606.660	211.783.823	301.343.277	395.459.388	492.374.784	594.084.935
Cuentas x cobrar o deudores	0	0	0	0	0	0
Inventarios	0	0	0	0	0	0
<b>Total activos corrientes</b>	<b>75.606.660</b>	<b>211.783.823</b>	<b>301.343.277</b>	<b>395.459.388</b>	<b>492.374.784</b>	<b>594.084.935</b>
<b>Activos no corrientes</b>						
<b>Activos fijos</b>						
Muebles y enseres	6.786.000	6.786.000	6.786.000	6.786.000	6.786.000	6.786.000
Equipos de cómputo y comunicación	3.370.000	3.370.000	3.370.000	3.370.000	3.370.000	3.370.000
Maquinaria y equipo	38.312.155	38.312.155	38.312.155	38.312.155	38.312.155	38.312.155
Vehículos	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000
(-) Depreciación acumulada	0	14.047.764	28.095.529	42.143.293	52.805.724	63.468.155
<b>Total activos fijos</b>	<b>63.468.155</b>	<b>49.420.391</b>	<b>35.372.626</b>	<b>21.324.862</b>	<b>10.662.431</b>	<b>0</b>
<b>Activos diferidos</b>						
Diferidos	3.967.360	0	0	0	0	0
<b>Total activos diferidos</b>	<b>3.967.360</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Total activos no corrientes</b>	<b>67.435.515</b>	<b>49.420.391</b>	<b>35.372.626</b>	<b>21.324.862</b>	<b>10.662.431</b>	<b>0</b>
<b>Total activos pasivos</b>	<b>143.042.175</b>	<b>261.204.213</b>	<b>336.715.903</b>	<b>416.784.250</b>	<b>503.037.215</b>	<b>594.084.935</b>
<b>Pasivos corrientes</b>						

<b>Balance general proyectado sin financiación en pesos</b>						
Cuentas x pagar o acreedores	0	0	0	0	0	0
Cesantías x pagar	0	1.667.954	1.720.995	1.786.393	1.819.977	1.873.666
Intereses a las cesantías x pagar	0	200.154	206.519	214.367	218.397	224.840
Impuesto de renta por pagar	0	31.431.273	34.920.182	37.506.809	40.540.223	43.018.163
IVA / INC x pagar	0	17.121.496	17.987.690	19.011.261	19.721.413	20.672.955
ICA x pagar	0	3.926.152	4.124.780	4.359.497	4.522.343	4.740.542
<b>Total pasivos corrientes</b>	<b>0</b>	<b>54.347.030</b>	<b>58.960.167</b>	<b>62.878.327</b>	<b>66.822.353</b>	<b>70.530.167</b>
<b>Pasivos no corrientes</b>						
Obligaciones financieras	0					
Leasing financiero	0					
<b>Total pasivos no corrientes</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Total pasivos</b>	<b>0</b>	<b>54.347.030</b>	<b>58.960.167</b>	<b>62.878.327</b>	<b>66.822.353</b>	<b>70.530.167</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital social	143.042.175	143.042.175	143.042.175	143.042.175	143.042.175	143.042.175
Utilidad acumulada	0	57.433.508	121.242.205	189.777.374	263.855.418	342.461.334
Reserva legal acumulado	0	6.381.501	13.471.356	21.086.375	29.317.269	38.051.259
<b>Total patrimonio</b>	<b>143.042.175</b>	<b>206.857.184</b>	<b>277.755.736</b>	<b>353.905.923</b>	<b>436.214.861</b>	<b>523.554.769</b>
<b>Total pasivo + patrimonio</b>	<b>143.042.175</b>	<b>261.204.213</b>	<b>336.715.903</b>	<b>416.784.250</b>	<b>503.037.215</b>	<b>594.084.935</b>

Fuente: Los autores

Tabla 30. Balance general proyectado con financiación en pesos.

<b>Balance general proyectado con financiación en pesos</b>						
	<b>Balance inicial</b>	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activos</b>						
<b>Activo corriente</b>						
Caja bancos	75.606.660	189.816.080	261.485.522	337.077.296	414.707.165	496.218.362
Cuentas x cobrar o deudores	0	0	0	0	0	0
Inventarios	0	0	0	0	0	0
<b>Total activos corrientes</b>	<b>75.606.660</b>	<b>189.816.080</b>	<b>261.485.522</b>	<b>337.077.296</b>	<b>414.707.165</b>	<b>496.218.362</b>
<b>Activos no corrientes</b>						
<b>Activos fijos</b>						
Muebles y enseres	6.786.000	6.786.000	6.786.000	6.786.000	6.786.000	6.786.000
Equipos de cómputo y comunicación	3.370.000	3.370.000	3.370.000	3.370.000	3.370.000	3.370.000
Maquinaria y equipo	38.312.155	38.312.155	38.312.155	38.312.155	38.312.155	38.312.155
Vehículos	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000
(-) Depreciación acumulada	0	14.047.764	28.095.529	42.143.293	52.805.724	63.468.155
<b>Total activos fijos</b>	<b>63.468.155</b>	<b>49.420.391</b>	<b>35.372.626</b>	<b>21.324.862</b>	<b>10.662.431</b>	<b>0</b>
<b>Activos diferidos</b>						
Diferidos	3.967.360	0	0	0	0	0
<b>Total activos diferidos</b>	<b>3.967.360</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Total activos no corrientes</b>	<b>67.435.515</b>	<b>49.420.391</b>	<b>35.372.626</b>	<b>21.324.862</b>	<b>10.662.431</b>	<b>0</b>
<b>Total activos</b>	<b>143.042.175</b>	<b>239.236.470</b>	<b>296.858.148</b>	<b>358.402.158</b>	<b>425.369.596</b>	<b>496.218.362</b>
<b>pasivos</b>						

<b>Balance general proyectado con financiación en pesos</b>						
<b>Pasivos corrientes</b>						
Cuentas x pagar o acreedores	0	0	0	0	0	0
Cesantías x pagar	0	1.667.954	1.720.995	1.786.393	1.819.977	1.873.666
Intereses a las cesantías x pagar	0	200.154	206.519	214.367	218.397	224.840
Impuesto de renta por pagar	0	27.353.542	31.476.776	34.824.593	38.771.435	42.345.488
IVA / INC x pagar	0	17.121.496	17.987.690	19.011.261	19.721.413	20.672.955
ICA x pagar	0	3.926.152	4.124.780	4.359.497	4.522.343	4.740.542
<b>Total pasivos corrientes</b>	<b>0</b>	<b>50.269.299</b>	<b>55.516.761</b>	<b>60.196.110</b>	<b>65.053.565</b>	<b>69.857.491</b>
<b>Pasivos no corrientes</b>						
Obligaciones financieras	71.521.087	61.910.105	50.376.926	36.537.111	19.929.333	0
Leasing financiero	0					
<b>Total pasivos no corrientes</b>	<b>71.521.087</b>	<b>61.910.105</b>	<b>50.376.926</b>	<b>36.537.111</b>	<b>19.929.333</b>	<b>0</b>
<b>Total pasivos</b>	<b>71.521.087</b>	<b>112.179.404</b>	<b>105.893.687</b>	<b>96.733.221</b>	<b>84.982.898</b>	<b>69.857.491</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital social	71.521.087	71.521.087	71.521.087	71.521.087	71.521.087	71.521.087
Utilidad acumulada	0	49.982.382	107.499.036	171.133.064	241.979.050	319.355.805
Reserva legal acumulado	0	5.553.598	11.944.337	19.014.785	26.886.561	35.483.978
<b>Total patrimonio</b>	<b>71.521.087</b>	<b>127.057.067</b>	<b>190.964.461</b>	<b>261.668.937</b>	<b>340.386.698</b>	<b>426.360.871</b>
<b>Total pasivo + patrimonio</b>	<b>143.042.175</b>	<b>239.236.470</b>	<b>296.858.148</b>	<b>358.402.158</b>	<b>425.369.596</b>	<b>496.218.362</b>

Fuente: Los autores

## 5.10 ANÁLISIS VERTICAL Y HORIZONTAL DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

Estos análisis se encuentran de forma precisa en el archivo anexo de Excel, donde se puede evidenciar estos análisis a cada uno de los estados financieros (Estado de resultados y balance general) con y sin financiación.

## 5.11 RAZONES FINANCIERAS

Tabla 31. Razones financieras para estados financieros sin financiación.

<b>Razones financieras para estados financieros sin financiación</b>					
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Capital neto de trabajo	157.436.793	242.383.109	332.581.061	425.552.430	523.554.769
Razón corriente	3,90	5,11	6,29	7,37	8,42
Prueba ácida	3,90	5,11	6,29	7,37	8,42
Endeudamiento	20,81%	17,51%	15,09%	13,28%	11,87%
Rendimiento sobre activos	24,43%	21,06%	18,27%	16,36%	14,70%
Rendimiento sobre patrimonio	30,85%	25,53%	21,52%	18,87%	16,68%
Margen bruto	59,49%	59,49%	59,49%	59,49%	59,49%
Margen operacional	33,48%	35,40%	35,98%	37,49%	37,95%
Margen neto	22,43%	23,72%	24,11%	25,12%	25,43%
Días del año	365				

Fuente: Los autores

Tabla 32. Razones financieras para estados financieros con financiación.

<b>Razones financieras para estados financieros con financiación</b>					
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Capital neto de trabajo	139.546.781	205.968.761	276.881.186	349.653.600	426.360.871
Razón corriente	48,35	63,39	77,32	91,70	104,68



<b>Razones financieras para estados financieros con financiación</b>					
Prueba ácida	3,78	4,71	5,60	6,37	7,10
Endeudamiento	46,89%	35,67%	26,99%	19,98%	14,08%
Rendimiento sobre activos	23,21%	21,53%	19,73%	18,51%	17,33%
Rendimiento sobre patrimonio	43,71%	33,47%	27,02%	23,13%	20,16%
Margen bruto	59,49%	59,49%	59,49%	59,49%	59,49%
Margen operacional	33,48%	35,40%	35,98%	37,49%	37,95%
Margen neto	19,52%	21,38%	22,38%	24,02%	25,03%
Días del año	365				

Fuente: Los autores

## 5.12 PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 33. Punto de equilibrio en unidades

<b>Punto de equilibrio en unidades</b>																	
	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ER sin financiación	510	568	510	568	510	568	510	568	510	568	510	568	6471	6518	6667	6745	6906
ER con financiación	452	511	453	512	454	513	456	515	457	516	458	517	5816	5982	6265	6485	6810

Fuente: Los autores

## 5.13 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Tabla 34. Análisis de sensibilidad

<b>Análisis de sensibilidad</b>				
<b>Disminución margen bruto en 57%</b>				
	<b>Flujo de caja SF</b>		<b>Flujo de caja CF</b>	
	<b>Original</b>	<b>Modificado</b>	<b>Original</b>	<b>Modificado</b>

<b>Análisis de sensibilidad</b>				
VPN(\$)	88.782.730	(30.822.724)	117.964.971	(1.640.482)
TIR(%)	73,75%	23,49%	134,06%	35,66%
B/C (VECES)	1,62	0,78	2,65	0,98

Fuente: Los autores

## 6 CONCLUSIONES

- De acuerdo a los estudios realizados en el presente proyecto de investigación, se puede concluir que la creación de SANA TENTACIÓN es factible, ya que esta es capaz de penetrar el subsector de hoteles, bares y restaurantes pertenecientes al sector terciario, teniendo como componente innovador la realización de comidas rápidas saludables aceptada en un 80% respecto al estudio de mercado realizado.
- Respecto a lo técnico “Sana Tentación” cuenta con los aspectos técnicos operativos necesarios para la prestación del servicio cubriendo a cabalidad la demanda estudiada.
- Las variables tenidas en cuenta en el estudio de mercado justifican la creación de SANA TENTACIÓN, ya que la necesidad de consumir comidas rápidas, pero de manera saludable, se ha convertido en la necesidad de aproximadamente 27.437 personas.
- El proyecto es legal de acuerdo a la legislación colombiana y se constituirá por medio de una S.A.S y se necesitarán 6 empleados para su funcionamiento.
- El estudio financiero garantiza el posicionamiento de la organización, cubriendo satisfactoriamente los gastos de operación y los costos de fabricación plasmados en el punto de equilibrio asegurando la sostenibilidad del proyecto y planeando estar por encima del punto de equilibrio.

## **7 RECOMENDACIONES**

Se recomienda realizar un estudio profundo a través de estrategias de mercado, que logren un impacto positivo en el sector, para el posicionamiento y reconocimiento de la innovación que se plantea en el proyecto realizado.

## 8 REFERENCIAS

- Dinero, R. (15 de 12 de 2016). *Revista Dinero*. Recuperado de Sitio web de Revista Dinero: <https://www.dinero.com/edicion-impresia/negocios/articulo/como-es-el-mercado-de-comida-rapida-en-colombia/240021>
- ITALIANA, P. D. (14 de agosto de 2008). *Javeriana Docs*. Recuperado de Javeriana.edu.co: <http://javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis91.pdf>
- Castro, I. M. (14 de agosto de 2008). *Javeriana*. Recuperado de Javeriana.edu.co: 2008, p 37.) <http://javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis91.pdf>
- Castro, I. M. (14 de agosto de 2008). *Javeriana*. Recuperado de Javeriana.edu.co: <http://javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis91.pdf>
- Hernández, G. S. (2015). *Entrepreneu*. Recuperado de Entrepreneu.com : <https://www.entrepreneur.com/article/268753>
- Futura, E. (2018). *Ega Futura*. Recuperado de <https://www.egafutura.com/negocios/tacticas-venta-expertos>
- Dinero. (2018). *Revista Dinero*. Recuperado de Revista Dinero: <https://www.dinero.com/noticias/transporte/367>
- Actualícese. (2017). Recuperado de <https://actualicese.com/actualidad/2017/07/28/la-mano-de-obra-y-su-impacto-en-la-rentabilidad-de-las-empresas/>
- Crespo, S. (2017). *El Mundo*. Recuperado de <http://www.elmundo.com/noticia/Generacion-electrica-en-Colombia-esta-holgada-ante-la-demanda/357381>
- Monsalve, M. (2017). *El Espectador*. Recuperado de <https://www.elespectador.com/noticias/medio-ambiente/el-agua-colombia-alcanza-todos-articulo-641927>
- Revista Portafolio*. (2018). Recuperado de <https://www.portafolio.co/>

Tiempo, R. E. (2018). *El Tiempo*. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/noticias/comunicaciones>

*Revista El Tiempo*. (2014). Recuperado de <https://www.eltiempo.com/economia/finanzas-personales/analisis-d>

*Manipulación de Alimentos Colombia*. (2018). Recuperado de <https://www.manipulaciondealimentoscolombia.com/normatividad>

Pepé. (2017). Recuperado de Blogspot: <http://nuestracolombia1.blogspot.com/2010/07/climas-colombianos.html>

Rosario, U. (2016). Recuperado de. [http://www.urosario.edu.co/sala\\_de\\_prensa/Empresa/El-88-de-los-colombianos-tiene-una-actitud-positiv/](http://www.urosario.edu.co/sala_de_prensa/Empresa/El-88-de-los-colombianos-tiene-una-actitud-positiv/)

Encolombia. (2015). Recuperado de <https://encolombia.com/economia/info-economica/zonasfrancasuniempresariales/>

*Revista El Tiempo*. (2018). Recuperado de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-353691>

Encolombia. (2018). Recuperado de <https://encolombia.com/turismo/restaurantes-en-el-mundo/restaurantes-colombia/restaurantes-en-cali/>

Poscolombia. (11 de Julio de 2018). Recuperado de <https://posrestaurantebar.co/novedades/93-impuesto-al-consumo-en-2018-en-colombia-para-restaurantes>

*restaurant bar*. (11 de julio de 2018). Recuperado de pos-Colombia: <https://posrestaurantebar.co/novedades/93-impuesto-al-consumo-en-2018-en-colombia-para-restaurantes>

*universidad nacional de Colombia*. (20 de abril de 2018). Recuperado de universidad nacional de Colombia: <http://agenciadenoticias.unal.edu.co/detalle/article/sistemas-alternos-de-drenaje-aliviarian-inundaciones-en-cali.html>

Cadena. (2018). *revista dinero*. Recuperado de revista dinero: <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/como-van-los-restaurantes-en-colombia-2018/255322>

Colombia, i. (16 de agosto de 2019). *iShop*. Recuperado de <https://www.ishopcolombia.com/mac/imac>

Stocks, S. (26 de abril de 2018). *Solo Stocks*. Recuperado de <https://www.solostocks.com/venta-productos/maquinaria-procesar-alimentos-bebidas/dosificadores/dosificadora-hamburguesas-6632659>

Shop, C. (2019). *Claro Shop*. Recuperado de <https://www.claroshop.com/buscador/YmVsYW5p/1/>

Alkosto. (2019). *Alkosto Hiperahorro*. Recuperado de <https://www.alkosto.com/juego-de-ollas-imusa-11-piezas-innova-gris>

RAK. (2019). *RAK muebles para restaurantes*. Recuperado de <https://www.rak.com.mx/>

Linio. (2019). *Linio*. Recuperado de <https://www.linio.com.co/p/juego-24-piezas-de-cubiertos-elegant-47085-vinotinto-tobao0>

Linio. (2019). *Linio Tecno Fest*. Recuperado de <https://www.linio.com.co/p/licuadora-universal-digital-elite-vaso-de-vidrio-l62050-qcmaf9>

Electrojaponesa. (2019). *ElectroJaponesa*. Recuperado de [https://www.electrojaponesa.com/horno\\_microondas\\_samsung\\_32\\_l\\_negro\\_mg32j5133agap/p?idsku=15847&gclid=Cj0KCQjw\\_absBRD1ARIsAO4\\_D3uDKP2CjVGI8j1WsnozmRr52tca5zM4gl7crKS4XBJsKnxmnV5f1r8aAk\\_zEALw\\_wcB](https://www.electrojaponesa.com/horno_microondas_samsung_32_l_negro_mg32j5133agap/p?idsku=15847&gclid=Cj0KCQjw_absBRD1ARIsAO4_D3uDKP2CjVGI8j1WsnozmRr52tca5zM4gl7crKS4XBJsKnxmnV5f1r8aAk_zEALw_wcB)

Easy. (2019). *Easy Cencosud*. Recuperado de <https://www.easy.com.co/p/set-recipientes-11332-toscana-x5und/>

Oportunidades. (2019). *Oportunidades*. Recuperado de <https://www.oportunidades.com.co/set-de-cuchillos-7pzs-oster-multicolor/p>

OMS. (16 de febrero de 2018). *Organización mundial de la salud*. Recuperado de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>

Mincomercio. (2019). *mincomercio*. Recuperado de <http://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/calidad-turistica/normas-tecnicas-sectoriales>

Mincomercio. (2019). *normas técnicas sectoriales*. Recuperado de  
<http://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/calidad-turistica/normas-tecnicas-sectoriales>

Minsalud. (2008). Recuperado de  
<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/INEC/IGUB/Decreto-1879-de-2008.pdf>

Fumisan. (25 de 07 de 2018). *Fumisan*. Recuperado de Fumisan:  
<https://www.fumisan>



## 9 ANEXOS

Imagen 3. Encuesta anexa al estudio de mercado

### FORMULARIO DE GOOGLE

1. ¿Consume usted comidas rápidas?
  - a) Si
  - b) No
2. ¿Con que frecuencia consume comidas rápidas?
  - a) Una vez a la semana
  - b) Dos veces a la semana
  - c) Más de tres veces a la semana
3. ¿Cómo prefiere usted el servicio de atención?
  - a) Presencial
  - b) A domicilio
  - c) Virtual
4. ¿Estaría dispuesto a consumir comidas rápidas saludables?
  - a) Si
  - b) No
5. ¿Optaría usted por consumir hamburguesa con carne vegetariana y salsas bajas en grasa?
  - a) Si
  - b) No
6. ¿Le gustaría contar con un espacio único y exclusivo para sus eventos familiares, sociales o institucionales?
  - a) Si
  - b) No
7. ¿Cuántas veces a la semana consume usted comida saludable?
  - a) Una vez
  - b) Dos veces
  - c) Más de tres veces
8. ¿En que zona de Cali le gustaría contar con este servicio?
  - a) Sur de Cali
  - b) Norte de Cali
9. A través de que medio le gustaría recibir información sobre este servicio?
  - a) Redes sociales
  - b) Folletos
10. ¿Optaría usted por cambiar la comida rápida tradicional por comida rápida saludable?
  - a) Si
  - b) No
  - c) Tal vez
11. Cuál es su nivel de ingresos?
  - a) Un salario mínimo
  - b) Dos salarios mínimos
  - c) Más de dos salarios mínimos

Fuente: Los autores a través de Google docs.