

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN  
RESTAURANTE DE COMIDA SALUDABLE EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE  
POPAYÁN**

**PAOLA ANDREA HOYOS BOLAÑOS**

**JHON FELIPE HOYOS BOLAÑOS**



FUNDACIÓN  
UNIVERSITARIA DE POPAYÁN  
35 ANIVERSARIO

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYÁN  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA  
2021**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN  
RESTAURANTE DE COMIDA SALUDABLE EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE  
POPAYÁN**

**PAOLA ANDREA HOYOS BOLAÑOS**

**JHON FELIPE HOYOS BOLAÑOS**

**ASESOR:**

**FELIPE PALACIOS**

**Trabajo de grado para optar por el título de Contador Público**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYÁN  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA**

**2021**

**AGRADECIMIENTOS**

El presente trabajo de investigación lo dedicamos primeramente a Dios, por ser el inspirador y darnos entendimiento, guiándonos a lo largo de nuestras vidas, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y debilidad.

Gracias a nuestros padres Jhon Jairo Hoyos (QEPD) y en especial a nuestra madre Lidia Bolaños por ser la principal y motivadora en nuestra vida, por confiar y creer en nuestras expectativas, por los consejos, por su paciencia, valores y principios inculcados.

Agradecemos inmensamente a todos los docentes de la Fundación Universitaria de Popayán que tuvimos oportunidad de conocer y aprender, gracias a ellos y a sus amplios conocimientos a lo largo de nuestra formación académica hemos formado nuestras bases para la preparación de nuestra carrera como futuros contadores, de manera especial, al docente Felipe Palacios tutor de nuestro proyecto de investigación quien ha guiado con paciencia, rectitud como docente y por su valioso aporte para nuestra investigación.

### **Tabla de contenido**

INTRODUCCIÓN .....	14
--------------------	----

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	16
NOMBRE DEL PROYECTO .....	18
OBJETIVOS.....	19
Objetivo general.....	19
Objetivos específicos .....	19
JUSTIFICACIÓN.....	19
BASES METODOLÓGICAS .....	21
Fuentes Primarias.....	21
Fuentes Secundarias.....	21
MARCO REFERENCIAL .....	21
Antecedentes Teóricos .....	21
Razón Social .....	25
Capital Social .....	25
Logotipo.....	26
Eslogan.....	26
Clasificación de la empresa según el código CIIU.....	26
MARCO LEGAL (OBJETIVO ESTUDIO LEGAL) .....	27
Constitución del ente económico.....	27
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS .....	27
ESTUDIO DEL MERCADO .....	28

IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO .....	28
Formas de presentación y composición .....	28
Usos y usuarios.....	28
Fuentes y abastecimientos de insumos.....	28
Sustitutos y complementarios.....	29
Sistemas de distribución.....	29
Precios y Costos .....	30
DEMANDA.....	30
Segmentación del mercado .....	30
Mercado de Insumos.....	30
DEMANDA INSATISFECHA .....	31
Identificación de la demanda potencial.....	31
ANÁLISIS DE LA ENCUESTA .....	33
PRECIOS .....	34
Precios determinados por la estructura de costos. ....	34
Precio fijado por el mercado .....	35
COMERCIALIZACIÓN .....	36
Canal de Comercialización. ....	36
Estructura del canal de comercialización.....	36
Almacenamiento de la Materia Prima.....	37

Presentación .....	38
Restaurante de comida saludable “Molino Verde” .....	38
Platos comestibles.....	38
Acondicionamiento del restaurante.....	39
ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO.....	40
Enfoque estratégico.....	40
Matriz DOFA .....	40
Matriz de Evaluación del Factor Interno (EFI) .....	41
Matriz de Evaluación Factores Externos (EFE).....	41
MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO (MPC).....	42
Objetivos Corporativos .....	43
Objetivos Financieros.....	43
Objetivos Estratégicos.....	43
Organigrama del proyecto.....	44
Descripción de cargos. ....	44
TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN .....	45
Factores condicionantes del tamaño en el proyecto.....	45
Tamaño y mercadeo. ....	45
Costos y Aspectos Técnicos.....	45
Disponibilidad de insumos y servicios públicos. ....	46

Estructura y localización.....	47
Tamaño y Financiamiento.....	47
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	48
Macrolocalización.....	48
Microlocalización.....	49
INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	49
Lista de equipos.....	49
ESTUDIO FINANCIERO DEL PROYECTO.....	58
Proyección de ingresos.....	58
Costo promedio materia prima.....	59
Presupuesto de planta de personal.....	59
Tabla de depreciaciones.....	60
Estado de situación financiera de apertura del proyecto.....	61
Balance general proyectado.....	61
Estado de resultado integral proyectado.....	62
Flujo de caja proyectado.....	63
ANÁLISIS DE INDICADORES DEL PROYECTO.....	64
Punto de equilibrio.....	64
WACC.....	66
Valor Económico Agregado (EVA).....	67

TIR, VPN .....	67
Periodo de recuperación.....	68
DIAGNÓSTICO FINANCIERO.....	68
Indicadores de liquidez .....	68
Razón Corriente.....	69
Prueba Ácida .....	69
Indicador de endeudamiento .....	70
Indicador de rentabilidad .....	72
Rentabilidad Neta.....	72
Margen Operacional.....	73
Margen Bruto .....	74
Margen Neto.....	75
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD .....	75
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	77
REFERENCIAS .....	80
ANEXOS .....	82

### **Lista de Figura**

Figura 1. Árbol de problemas.....	21
-----------------------------------	----



Figura 2. Pantallazo cámara de comercio .....	22
Figura 3. Probabilidades de la normal estándar .....	49
Figura 4. Menú del restaurante .....	60
Figura 5. Estructura del canal de comercialización .....	65
Figura 6. Presentación platos comestibles .....	72
Figura 7. Organigrama del establecimiento comercial .....	76
Figura 8. Flujograma de costos por procesos .....	79
Figura 9. Estufa industrial de sobreponer cookrite .....	88
Figura 10. Baño maría para 2 azafates .....	89
Figura 11. Modulo plancha y horno .....	89
Figura 12. Mesa de trabajo con salpicadero .....	90
Figura 13. Campana de extracción .....	90
Figura 14. Licuadora industrial .....	91
Figura 15. Batidora industrial .....	91
Figura 16. Microondas .....	92
Figura 17. Procesador de alimentos .....	92
Figura 18. Olla a presión .....	93
Figura 19. Batería de cocina .....	93
Figura 20. Set de sillas y comedor .....	94
Figura 21. Set de vajillas .....	94
Figura 22. Juego de cubiertos .....	95
Figura 23. Set de cuchillos .....	95
Figura 24. Refrigerador .....	96
Figura 25. Computador .....	96

	10
Figura 26. Impresora multifuncional .....	97
Figura 27. Impresora térmica POS .....	97
Figura 28. Estructura de capital .....	106

### **Lista de Tabla**

Tabla 1. Morbilidad departamento del cauca primer trimestre 2018 .....	20
Tabla 2. Precios de mercado materia prima .....	42
Tabla 3. Segmentación del mercado .....	43
Tabla 4. Calculo para determinar el tamaño de la población a encuestar .....	50
Tabla 5. Demanda insatisfecha .....	51
Tabla 6. Costo de producción por plato .....	61
Tabla 7. Inversión del proyecto .....	81
Tabla 8. Amortización de crédito .....	82
Tabla 9. Costo de equipos .....	87
Tabla 10. Proyección de ventas .....	98
Tabla 11. Costo promedio de materia prima .....	99
Tabla 12. Variación porcentual anual SMMLV .....	99
Tabla 13. Proyección de nómina anual .....	100
Tabla 14. Tabla de depreciación .....	100
Tabla 15. Estado de situación financiera de apertura .....	101
Tabla 16. Estado de situación financiera proyectado .....	102
Tabla 17. Estado de resultado integral proyectado .....	103
Tabla 18. Flujo de caja libre .....	103
Tabla 19. Razón corriente proyectado .....	110

Tabla 20. Prueba acida proyectado .....	111
Tabla 21. Indicador de endeudamiento proyectado .....	112
Tabla 22. Rentabilidad neta .....	113
Tabla 23. Margen operacional año 2021 .....	114
Tabla 24. Margen bruto año 2021 .....	115
Tabla 25. Margen Neto año 2021 .....	116
Tabla 26. Análisis de sensibilidad teniendo en cuenta el precio de venta.....	117
Tabla 27. Cronograma ejecución de actividades .....	118

### **Lista de Mapas**

Mapa 1. Zona urbana Popayán .....	84
Mapa 2. Centro histórico Popayán .....	85

### **Lista de Gráficas**

Grafica 1. Punto de equilibrio restaurante Molino Verde .....	104
---	-----

### **Lista de Anexos**

Anexo 1. Formato encuesta .....	124
Anexo 2. Formato solicitud de visita sanitaria .....	125
Anexo 3. Solicitud de Uso de Suelo .....	126

Anexo 4. Inscripción y Registro de Manipuladores de alimentos .....	127
Anexo 5. Auto declaración Sayco –Acinpro .....	128
Anexo 6. Solicitud de afiliación de empleador Comfacauca .....	129
Anexo 7. Formulario de inscripción al subsidio familiar .....	130

## **INTRODUCCIÓN**

Este proyecto nace como iniciativa de los autores, con el fin de brindar productos y servicios con calidad, que ayuden a mitigar las enfermedades causadas por una mala alimentación. Debido a las dinámicas laborales y sociales de nuestros días, son muchas las personas que deben acudir a un restaurante en horario de almuerzo, y el mercado ofrece

variedades de establecimientos que pueden satisfacer esta necesidad, pero cuántos de estos ofrecen comida saludable.

De la experiencia propia de los autores, en la inconformidad de los productos y servicios prestados en establecimientos relacionados, de no poder degustar de un buen plato nutricional, acompañado de un buen servicio y un lugar agradable, nace la idea de implementar un restaurante que satisfaga las necesidades de propios y ajenos.

La idea de un restaurante de comida saludable también está ligada con la importancia de brindar un estilo de vida saludable, ya que de esto depende el bienestar de nuestro cuerpo. Cuando se ingiere comida que no proporciona los nutrientes necesarios, se refleja en nuestro organismo ya sea a corto o largo plazo, causando enfermedades como; Obesidad, Presión arterial, Hipertensión, Cáncer, entre otros. Por lo anterior, se debe tener en cuenta que los alimentos son el combustible de nuestro cuerpo y de las personas depende que también funcionen en nuestro organismo.

Esta idea propone ofrecer un lugar con características diferentes, con un ambiente agradable, rodeado de una pequeña muestra de recursos ambientales y adoptando equipos tecnológicos que ayuden a ofrecer productos de calidad, que proporcionen una nutrición idónea al público en general.

Dentro de un establecimiento comercial “restaurante”, existen situaciones que pueden afianzar el buen nombre del local o desfavorecer al mismo, las situaciones que más suelen suceder en un restaurante se dan a conocer a continuación, así: - *Presentación del plato*: si bien es cierto que la presentación de un plato no tiene que ver con su sabor, es de resaltar que tan importantes es que este sorprenda y guste, como que su presentación sea apetecible y llamativa. Por lo anterior, se ha notado que muchos de los establecimientos, ofrecen alimentos

con emplatados de una forma insípida, dando prioridad a producir y vender su producto, dejando a un lado un elemento estético que aporta potencial al plato en cuanto al sabor y enriquece la experiencia del consumo. – *Servicio*: un buen servicio no es aquel, que se brinda de manera oportuna, si bien es un factor que le atribuye, también va acompañado de la amabilidad, cortesía, de quien interactúa con el cliente. Es primordial establecer un vínculo directo con el cliente, proporcionándole en cada visita, un verdadero deleite culinario, un catálogo de sensaciones que le generen visitar el establecimiento una y otra vez.

El objetivo del proyecto, además de ofrecer productos nutricionales que favorecen al cliente, es el de brindar un servicio de manera eficiente y eficaz, garantizando la continuidad de los comensales, lo cual aportará al crecimiento y reconocimiento del restaurante.

Por lo tanto, lo que se pretende con esta investigación es brindar una forma de vida saludable a nuestros consumidores, en un ambiente innovador, tranquilo, amigable, dónde se evidencie la importancia hacia nuestro ecosistema, donde el cliente pueda vivir una experiencia única.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Una mala nutrición puede acarrear múltiples enfermedades, especialmente cuando existe un abuso del consumo de calorías, o consumo de alimentos que no ofrecen los nutrientes necesarios para el organismo. Al respecto, Villarino citado por Galán (2015), expresa que:



Una buena nutrición es fundamental para el organismo y en todas las patologías la nutrición siempre incide, de una manera muy directa como en las patologías cardiovasculares o la diabetes o de una manera indirecta en la que no tenga incidencia total pero que siempre ayuda. (Párr. 15)

Bajo estos argumentos, y de acuerdo a un estudio realizado por la Secretaría de Salud del Cauca (2018), durante el primer trimestre del año 2018, existieron 1.268 personas en Popayán, que sufrieron de alguna enfermedad causada por el exceso de calorías. En este sentido, concretaron la tasa de morbilidad para tal período la cual se evidencia a continuación:

### **MORBILIDAD DEPARTAMENTO CAUCA PRIMER TRIMESTRE 2018**

#### **CLASIFICACION POR EDADES**

<b>OBESIDAD DEBIDA A EXCESO DE CALORIAS</b>	<b>1 - 9</b>	<b>10 - 19</b>	<b>20 - 29</b>	<b>30 - 39</b>	<b>40 - 49</b>	<b>50 - 59</b>	<b>60 - 69</b>	<b>70 - 79</b>	<b>TOTAL</b>
	212	134	221	250	222	151	70	8	1.268

Tabla 1. Morbilidad departamento del cauca primer trimestre 2018

Fuente: Secretaria de Salud del Cauca (2018)

Por lo tanto, los alimentos que consumimos son el combustible que nuestro cuerpo necesita para funcionar debidamente. Sus efectos negativos sobresalen cuando el cuerpo no recibe los nutrientes adecuados y los efectos de la salud acontecen. Trayendo como consecuencias problemas de peso, digestivos, enfermedades del corazón, falta de energía, diabetes, entre otras.

Es por lo anterior, que se pretende determinar la viabilidad de implementación de un restaurante de comida saludable tipo gourmet en la ciudad de Popayán. Este restaurante ofrecerá al público; almuerzo, los cuales se preparan con materia prima de calidad, brindando no solo un producto de primera calidad con una mezcla saludable, sino, ofrecer a los comensales un cuidado nutricional.

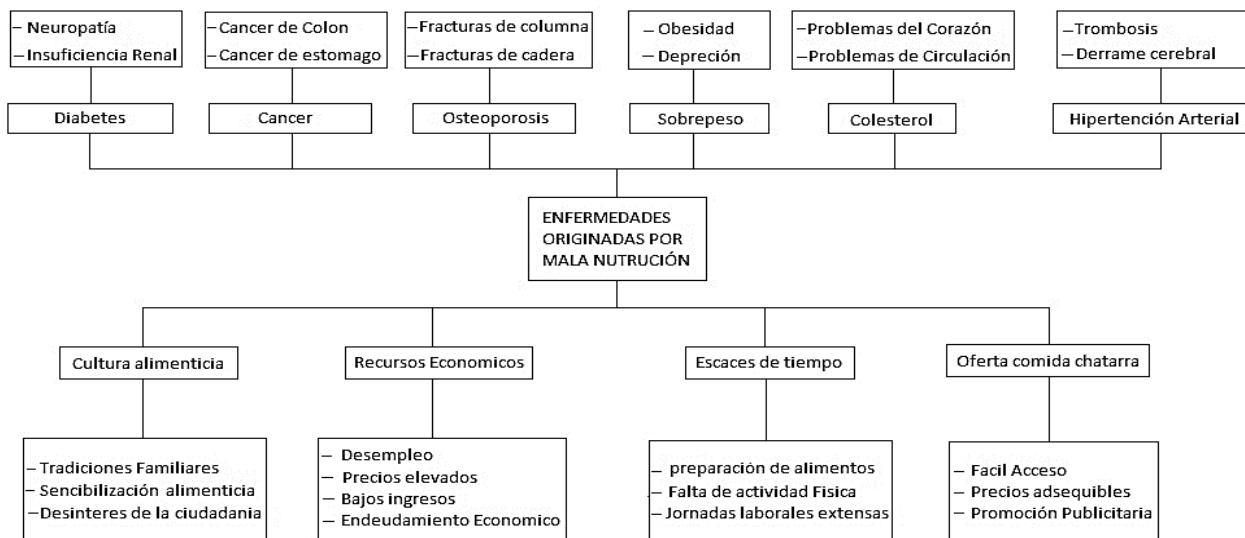


Figura 1. Árbol de problemas  
Fuente: autores

Finalmente, se ha estructurado y mapeado la problemática del proyecto de viabilidad de implementación de un restaurante de comida saludable, teniendo en cuenta sus principales características, es por esto que en su parte inferior se pueden observar las causas del problema, en la parte central se encuentra el problema principal, y en su parte superior se encuentran los efectos o consecuencias derivados de las causas.

### NOMBRE DEL PROYECTO

De acuerdo con la ley, las cámaras de comercio no matriculan establecimientos de comercios que tengan el mismo nombre ya inscrito, es por esta razón que es responsabilidad de cada usuario realizar la respectiva consulta de homonimia en el portal de la Cámara de

Comercio de Bogotá (2020) para conocer la disposición a nivel nacional del nombre para la organización. Los resultados obtenidos fueron satisfactorios, por lo que el nombre MOLINO VERDE SAS, se encuentra disponible; siendo así el nombre definitivo del proyecto en curso.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Diseñar un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida saludable en la ciudad de Popayán.

### **Objetivos específicos**

- Identificar como se encuentra el nicho de mercado, con relación al proyecto a realizar, esta tipificación se realizará mediante un estudio de mercado.
- Perfilar un estudio técnico, el cual apruebe aquellos muebles, enseres, aplicabilidad de tecnologías para brindar un servicio innovador.
- Elaborar un plan estratégico que permita conocer la situación del mercado frente al ente económico que se describe en el proyecto.
- Determinar mediante un estudio legal la normatividad que rige para la creación, implementación y ejecución de un restaurante en la ciudad de Popayán
- Diseñar un análisis financiero para conocer la rentabilidad y viabilidad para el montaje del restaurante de alimentos saludables.

## **JUSTIFICACIÓN**

Un estado no saludable es sinónimo de un inadecuado peso o control alimenticio, sin importar su leve cambio, es de extrema complicación para cada persona. El sobrepeso es una enfermedad más, la cual puede ser absolutamente nociva y más aún cuando pasa a un estado de obesidad. Es por ello que, la falta de una nutrición balanceada, ejercicios deportivos, afecta

notoriamente la integridad del cuerpo, reduciendo la capacidad física motora, calidad y expectativa de vida. La falta oportuna de conciencia sobre el tema es letal, pues las acciones a tomar en su debido momento pueden ser infructuosas.

En Colombia este tema no es algo desconocido, según una encuesta realizada por el Ministerio de salud en el año 2017, más del 60% de la población adulta de Colombia sufre de obesidad. La obesidad es una enfermedad que no discrimina género o individuo, es un padecimiento por la falta de buenos hábitos alimenticios y la escasez de actividad física. (Secretaría de Salud del Cauca, 2018).

La obesidad y el sobrepeso están presentes en cada alimento que se consumen, ya que muchos de estos son productos realizados y/o fabricados con altas cantidades de azúcares, harinas procesadas, productos fritos con alto índice de calorías, tales como; bebidas gaseosas, papas fritas entre otras, las cuales no cuentan con los nutrientes necesarios para el organismo.

Una manera de disminuir el riesgo de padecer algún tipo de enfermedad por el consumo excesivo de calorías; es tomar un hábito nutricional que proporcione los nutrientes necesarios para el organismo. Es por lo anterior que se observa la oportunidad de negocio de un restaurante que ofrezca a su posible clientela, la oportunidad de alimentarse de la manera más adecuada posible. Si bien es cierto todo aquello de la problemática alimenticia, se debe resaltar que existen cambios de hábitos y nuevas preferencias alimenticias por parte de la población. Esto debido a la conciencia de cada uno de los individuos sobre la importancia de implementar una vida saludable, tanto en deporte, como en alimentación. Tanto ha sido el efecto que muchas empresas dedicadas a la fabricación de productos con azúcares, han incursionado en bebidas o productos bajos en calorías.

Sobre las razones antes expuestas, Molino Verde SAS será un restaurante dedicado a la alimentación saludable, brindando al público los mejores productos sanos de la región,

preocupándose por cada detalle cómo; atención, preparación y alimentación. Este establecimiento contribuirá a la disminución de las enfermedades ocasionadas por el consumo excesivo de calorías, aportando bienestar y una mejor calidad de vida

## **BASES METODOLÓGICAS**

### **Fuentes Primarias**

Las fuentes primarias a tomar para el proyecto de viabilidad del restaurante de comida saludable serán las encuestas a realizar a una muestra de la población; como posibles clientes, gerentes de restaurantes de la ciudad.

### **Fuentes Secundarias**

Las fuentes secundarias a tomar serán; libros de comida saludable y gourmet, páginas web, artículos de prensa, entre otros relacionados a las variables de estudio.

## **MARCO REFERENCIAL**

### **Antecedentes Teóricos**

Primeramente, González & Sánchez (2016), consumaron un estudio titulado Plan de Negocios para la creación de un restaurante de comida saludable Péché S.A.S en Colombia. Con la finalidad de promover este tipo de comidas en la localidad, esto a su vez beneficiaría a los colombianos al ofrecer soluciones saludables y exquisitas, tomando en cuenta sus necesidades y requerimientos. En cuanto a la metodología empleada, se tiene un estudio de mercado con diversas especificaciones, así como también el empleo de entrevistas y observaciones de campo en la localidad.

Los resultados demuestran que, en Colombia, la cultura por este tipo de comida se encuentra en expansión debido a los altos índices de enfermedades en el país a raíz de los malos hábitos alimenticios. Es por ello que, proponen nuevas alternativas de productos que incluyen dulces y salados bajo ricos en fibras y con las cantidades pertinentes de los nutrientes

necesarios para el organismo. Es así como, se vincula la investigación en curso con el estudio antes citado ya que resaltan la necesidad en el país de crear hábitos alimenticios saludables en la población. Por otra parte, ofrece datos fundamentales para la selección de porciones al momento de crear la comida saludable.

Seguidamente, Flores, Castillo, Bailon, & Hormaza (2017), realizaron en Perú un estudio denominado Proyecto de negocio sobre comida saludable. Esto con la finalidad de comercializar dicha comida por medio de delivery, se trató de un estudio de naturaleza cualitativa de tipo descriptivo. Donde la muestra quedó conformada por 20 personas a quienes se les aplicó una encuesta con la finalidad de conocer las dificultades que presentan al momento de adquirir comidas saludables. Por otra parte, realizaron una evaluación financiera para conocer los montos de inversión para consumir el plan de negocios, el cual lo conformaron con el 30% del aporte por parte de un tercero y el 70% por los accionistas.

Bajo un visión futurista de tres años, “la evaluación financiera realizada en un escenario base da un Valor Actual Neto (VAN) de 404,170 Nuevos soles, un Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC) de 15.99%, una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 190%” (p. 1). Por tal motivo, concluyen que el proyecto es viable con un nivel de riesgo moderado, lo cual debe ser considerado por los inversionistas. En este sentido, otorga sustento a la investigación en curso debido a la variable comida saludable y la forma como pueden considerarse la preparación de las mismas.

Con la finalidad de brindar mayor soporte a la viabilidad de apertura de un restaurante de comida saludable, desde el punto de valoración alimentaria MacMillan (2017), realizó una ardua investigación acerca de los hábitos alimenticios que tenían los estudiantes de la universidad católica Valparaíso (Chile), ya que según información dada, el problema de sobrepeso o enfermedades dadas por malas prácticas de alimentación se está generando más

en personas entre los 17 y 24 años, edad en la cual los jóvenes son universitarios. Para llevar a cabo dicha investigación, se realizaron muestreos aleatorios (toma de peso, índice de masa corporal), y encuestas. Con el resultado se logró evidenciar que por lo menos el 47% de los encuestados consumen bebidas que contienen altos grados de azúcares y que los consumen por lo menos tres veces al día, el consumo de verduras fue de un 37% del total de entrevistados. Los aportes de esta investigación ayudarán al diseño de nuevos métodos de indagación, los cuales permitirán la maduración de nuestro proyecto, el cual está en evaluación.

Del mismo modo, Beltrán & Caicedo (2019), realizaron un estudio denominado promoción de alimentación saludable en restaurantes: investigación cualitativa de estudio de casos colombianos. Partiendo de la idea de la salud pública y las consecuencias que acarrea la alimentación fuera de casa estos autores se plantearon investigar como los restaurantes de comida saludable ofrecen y promocionan sus productos. Por esta razón, ejecutaron una indagación de naturaleza cualitativa con un diseño enfocado en estudio de caso, fueron seleccionados 68 restaurantes de los 100 con mayores en ventas en este país y ubicados en la Capital.

En cuanto a la metodología, se trató de un estudio descriptivo bajo la revisión documental sobre los contenidos que estos establecimientos ofrecen en su portal web y medios oficiales durante el período abril 2016 y febrero 2017; los datos recolectados fueron procesados por programas especiales tales como Epiinfo 7.2 y Nvivo 11.0. Los hallazgos demostraron que sólo ocho de los establecimientos promueven acciones de alimentación saludable como consigna laboral en conjunto con otros 25 que manifestaron acciones en torno a esta variable.

Por lo tanto, “los restaurantes promocionan alimentación saludable por medio de la oferta de verduras, o por medio de mensajes, en redes sociales, promocionando sus platos

saludables” (p. 240). También, pudieron constatar que escasos establecimientos ofrecen estrategias de precios, campañas sobre hábitos saludables e información nutricional. Es por ello que, instan a “una aproximación más integral en referencia a la promoción de alimentación saludable en restaurantes. Esto no sólo en términos de la oferta, sino también de aquellos mecanismos que persuaden elecciones saludables) (Ibíd.). Bajo estos argumentos los autores se vinculan con la investigación en curso ya que, vislumbran la realidad colombiana en torno a la alimentación saludable por parte de los restaurantes y la necesidad de incorporar cambios alimenticios en la sociedad debido a la poca importancia que le otorgan.

Por otra parte, Díaz & Hernández (2019), en su estudio sobre la alimentación saludable y oferta de restaurantes. Una revisión de la evidencia reciente en la literatura. Efectuado en Colombia buscaron establecer los temas más relevantes en la literatura científica actual sobre la oferta de restaurantes y alimentación saludable. Se trató de un estudio descriptivo y exploratorio por medio de una revisión literaria entre los años 2011 y 2016 en siete bases de datos con reconocimiento científico. Las unidades de análisis quedaron conformadas por 20 artículos vinculados a las variables de estudio, los cuales posteriormente fueron interpretados por medio del análisis de contenido.

Los hallazgos permitieron identificar tres elementos relevantes entre los cuales se encuentran las “modificaciones en la oferta de alimentación, fomento de elecciones saludables y barreras para promover alimentación saludable” (p. 853). Debido a ello, concluyen que en Estados Unidos y el Reino Unido es donde se ha tomado con mayor consideración a los escenarios alimenticios, es decir que los restaurantes son parte de esta iniciativa en promover la comida saludable. Por lo tanto, destacan “la necesidad de describir estos ambientes en el contexto Latinoamericano, así como de plantear estrategias en establecimientos comerciales



que redunde en ambientes saludables, dado la relevancia del suministro alimentario en la salud colectiva” (p. 860). Estos autores aportan sustento a la investigación, en la medida que resaltan la necesidad de promover la comida saludable en los restaurantes; así como también evidencia la necesidad existente en Latinoamérica para la modificación de hábitos alimenticios en la sociedad.

### **Razón Social**

El restaurante Molino Verde se conformará como una sociedad de acciones simplificada (SAS), la cual se encuentra reglamentada según la ley 1258 de 2008, que de acuerdo al artículo 1, puede constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, las cuales solo responderán hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la misma ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad. (Ley 1258, 2008).

Para efectos tributarios esta sociedad se registrará por la normatividad aplicable para las sociedades anónimas. Además, deberá constituirse mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el registro mercantil de la Cámara de Comercio del Cauca, con domicilio principal la ciudad de Popayán el cual tendrá al menos los numerales del artículo 5 de la ley mencionada.

### **Capital Social**

Los accionistas han determinado que el capital social autorizado para el proyecto es de Noventa millones de pesos mcte (\$90.000.000), el capital suscrito por los dos accionistas corresponde a la suma de Cuarenta y cinco millones de pesos mcte (\$45.000.000) y el capital pagado será de la suma de Treinta millones de pesos mcte (\$30.000.000), dichos montos garantizarán el inicio del ente económico, logrando así solventar la compra de los insumos,

materiales, pagos laborales y trámites legales que se requieran para el funcionamiento del restaurante

### Logotipo



### Eslogan

Para este proyecto se ha escogido como eslogan “Come saludable, vive mejor “, el cual será utilizado en las diferentes publicidades. Esta frase refleja la importancia de alimentarse de manera sana y balanceada, dándole a nuestro cuerpo los minerales, vitaminas y nutrientes necesarios, que encontramos en los diferentes platos que se presentarán a nuestros clientes, los cuales estarán hechos de productos como frutas, verduras de la mejor calidad (productos en su mayoría orgánicos). Como dice el eslogan come saludable vive mejor conlleva a que si nuestra alimentación es balanceada nuestro cuerpo se verá y sentirá saludable, todo esto acompañado de actividad física. Con esta frase se espera generar confianza, además de transmitir a los posibles clientes que tu salud depende de cómo te alimentes.

### **Clasificación de la empresa según el código CIU**

Teniendo en cuenta que el restaurante Molino Verde SAS va a prestar un servicio, se clasificará en el código CIU 5611 expendio a la mesa de comidas preparadas como actividad principal y como actividad secundaria en el código 1084 elaboración de comidas y platos preparados.

## **MARCO LEGAL (OBJETIVO ESTUDIO LEGAL)**

### **Constitución del ente económico**

Para la conformación de una sociedad comercial, en este caso la de un restaurante de comida saludable, se deberá realizar mediante escritura pública cumpliendo los requisitos estipulados en el artículo 110 del Código de Comercio (1971) y el artículo 5 de la ley 1258 de 2008. Además de realizar la gestión en las diferentes sedes administrativas para la creación del ente económico con trámites ante la Cámara de Comercio, la DIAN, Alcaldía Municipal, Sayco y Acinpro, Bomberos, Caja de compensación del Cauca y trámite ante EPS y Fondos de Pensión.

### **OBLIGACIONES TRIBUTARIAS**

En Colombia las personas naturales y jurídicas deben contribuir con el pago de impuestos para que el estado tenga los recursos necesarios y solventar las necesidades tanto en bienes y servicios de la comunidad en salud, educación, obras públicas, seguridad, justicia, entre otras. Por tal razón, es obligatorio que entes jurídicos como el de objeto de estudio cumplan con el deber de contribuir con los impuestos nacionales, departamentales, distritales y municipales según la normatividad colombiana. Los restaurantes en Colombia deben cumplir con el deber formal de contribuir con los siguientes impuestos y contribuciones tales como impuestos sobre la renta, al consumo y retención en la fuente, los cuales son considerados como impuestos Nacionales. Mientras que los departamentales corresponden a los impuestos de registro y los municipales a impuestos sobre la Cámara de Comercio del Cauca.

## **ESTUDIO DEL MERCADO**

### **IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO**

#### ***Formas de presentación y composición***

El producto se presentará a los comensales mediante un emplatado agradable a simple vista, la misma será una sensación de calidad, la cual se combinará perfectamente con el sabor de los ingredientes, permitiendo que los clientes disfruten de un buen plato a precios accesibles. Además, el personal del restaurante brindará una atención y conocimientos de la preparación de cada uno de los alimentos, la cual permitirá que los visitantes se sientan a gusto con el servicio brindado.

#### ***Usos y usuarios***

Los productos se ofrecerán a todas las personas del sector histórico y personas ajenas a este, que deseen degustar y cambiar su estilo de alimentación. Se espera que todas aquellas personas que visiten el establecimiento conozcan la importancia de alimentarse sanamente, que degusten de una manera diferente el buen comer, con presentación agradables y que conozcan otra parte de la cultura payanesa.

Se encontrarán destinados a los habitantes de la capital Cauca y sus alrededores, esto debido a que es una zona con gran circulación de personas, tanto propias como de visitantes. El servicio a los clientes se realizará en horario de 11:00 am a 2:00 pm, ya que el objetivo comercial es ofrecer a todas aquellas personas un almuerzo de calidad. Por lo tanto, se ofrecerá un menú variado para tratar de cumplir con las pretensiones de los futuros comensales.

#### ***Fuentes y abastecimientos de insumos***

Se establecerán proveedores de la materia prima, que ofrezcan productos de calidad, actuando como fuente de estas, aquellas plazas como; plaza de mercado Barrio Bolívar y la

Esmeralda, esto con el fin de no perder el sentido de ayudar a los agricultores de nuestra región.

### ***Sustitutos y complementarios***

Dentro del nicho de mercado de la comida, existen diversos tipos de alimentos que se ofrecen al público, un sustituto de nuestro producto, son aquellos platos comunes ofrecidos por diferentes restaurantes, el cual no cuenta con los posibles nutrientes necesarios que necesita el cliente. Sin lugar a duda un establecimiento comercial, debe cautivar a primera vista, es por ello que el restaurante Molino Verde, ofrecerá además de comida saludable, un espacio que exprese armonía, tranquilidad y comodidad a los futuros comensales, esto dado mediante equipos y muebles de primera línea.

### ***Sistemas de distribución***

El restaurante Molino Verde, tiene como uno de sus principios, ofrecer productos de alta calidad al alcance de los comensales, para poder lograrlo, se deberán aplicar estándares internos de calidad. Es por lo anterior, que todas aquellas materias primas necesarias para la elaboración del producto final, se almacenarán en alacenas, neveras, entre otros, permitiendo que el producto conserve sus mejores características, además porque el restaurante debe cumplir con las normas sanitarias correspondientes. Para poder ofrecer un producto de calidad, los productos necesarios para la elaboración del plato final, se realizarán a diario, ya que, si un producto se almacena por mucho tiempo, puede perder sus proteínas o en el peor de los casos puede dañarse en el tiempo. Por otro lado, es importante que la satisfacción del comensal y no solo por el producto ofrecido, sino también por el servicio brindado, por lo cual, se tomarán las medidas necesarias para que cada uno de los colaboradores del restaurante cuenten con las mejores disposiciones, conocimientos, para ofrecer un buen servicio.

### *Precios y Costos*

Los precios determinados para la elaboración de cada plato de comida saludable, se determinaron mediante un ecuánime coste de los insumos en el mercado, tomando como base los valores de la plaza de mercado de la esmeralda. Los cuales pueden observarse en el Anexo N° 9.

## **DEMANDA**

### **Segmentación del mercado**

En cualquier tipo de mercado pueden existir diferentes tipos consumidores, los cuales a su vez desean complacer sus diversas necesidades, es por esto que a continuación se pretende establecer de la manera más acorde posible, aquellas variables que afectan la demanda, para que así se pueda cimentar la población objetivo.

<i>Categorías</i>	<i>Aplica</i>	<i>No aplica</i>	<i>Variables</i>
<b>Estrato</b>	X		Para la elaboración del proyecto, esta variable es fundamental, debido a que la población objetivo son aquellas personas que se encuentran en los estratos 3 y 4
<b>Sexo</b>		X	En la elaboración del proyecto, esta segmentación es irrelevante, ya que las personas de ambos sexos pueden acceder a los productos y servicios del restaurante.
<b>Edad</b>	X		El restaurante estará disponible para todo el público en general, pero con una población objetivo en edades entre los 20 y 59 años.
<b>Profesión</b>		X	Esta variable no influye al momento de consumir los productos y servicios.
<b>Escolaridad</b>		X	Para este proyecto no se ha establecido un nivel de escolaridad el cual limite el consumo de los productos y servicios del restaurante.

Tabla 3. Segmentación del mercado

Fuente. autores

### **Mercado de Insumos.**

Con el propósito de lograr una plena identificación del mercado de insumos que compete a la viabilidad del restaurante “Molino Verde”, se analizarán algunas variables que ayudarán a reconocer colmadamente el nicho de mercado en el cual se pretende adherirse.

## DEMANDA INSATISFECHA

### Identificación de la demanda potencial.

Teniendo en cuenta las variables poblacionales mencionadas en acápite anteriores, se logra establecer qué; el objetivo poblacional para este proyecto de viabilidad es de 124,494 habitantes, posteriormente se debe definir una encuesta necesaria que permita identificar la posible demanda insatisfecha, después de esto se procede a realizar un cálculo matemático, que asienta el tamaño de la muestra y poder así obtener un nivel de confianza del 95% con un margen de error de 8%, así se determina que se deben llegar a cabo 150 encuestas a personas que estén en el rango de edades y estrato social mencionado. A continuación, se observa el cálculo matemático:

- Una de las primeras fórmulas a desarrollar será la siguiente:

$$Z = 1 - \frac{\alpha}{2}$$

Donde:  
Z = Puntuación Z  
 $\alpha$  = Alfa

Primero se deberá hallar el valor de alfa ( $\alpha$ ). Si el nivel de confianza es del 95%, es decir 0,95 entonces el alfa ( $\alpha$ ) es valor de:

$$\alpha = 1 - 0,95 = 0,05$$

Una vez encontrado el valor de alfa, se reemplaza en la formula inicial.

$$Z = 1 - \frac{0,05}{2} \longrightarrow 1 - 0,025 \longrightarrow Z = 0,975$$

Una vez obtenido la puntuación de **Z**, se procede a ubicarla en la tabla de probabilidades de la norma estándar, en la cual se suman los valores de la fila y la columna, así:

TABLA A: Probabilidades de la normal estándar (cont.)										
z	.00	.01	.02	.03	.04	.05	.06	.07	.08	.09
0.0	.5000	.5040	.5080	.5120	.5160	.5199	.5239	.5279	.5319	.5359
0.1	.5398	.5438	.5478	.5517	.5557	.5596	.5636	.5675	.5714	.5753
0.2	.5793	.5832	.5871	.5910	.5948	.5987	.6026	.6064	.6103	.6141
0.3	.6179	.6217	.6255	.6293	.6331	.6368	.6406	.6443	.6480	.6517
0.4	.6554	.6591	.6628	.6664	.6700	.6736	.6772	.6808	.6844	.6879
0.5	.6915	.6950	.6985	.7019	.7054	.7088	.7123	.7157	.7190	.7224
0.6	.7257	.7291	.7324	.7357	.7389	.7422	.7454	.7486	.7517	.7549
0.7	.7580	.7611	.7642	.7673	.7704	.7734	.7764	.7794	.7823	.7852
0.8	.7881	.7910	.7939	.7967	.7995	.8023	.8051	.8078	.8106	.8133
0.9	.8159	.8186	.8212	.8238	.8264	.8289	.8315	.8340	.8365	.8389
1.0	.8413	.8438	.8461	.8485	.8508	.8531	.8554	.8577	.8599	.8621
1.1	.8643	.8665	.8686	.8708	.8729	.8749	.8770	.8790	.8810	.8830
1.2	.8849	.8869	.8888	.8907	.8925	.8944	.8962	.8980	.8997	.9015
1.3	.9032	.9049	.9066	.9082	.9099	.9115	.9131	.9147	.9162	.9177
1.4	.9192	.9207	.9222	.9236	.9251	.9265	.9279	.9292	.9306	.9319
1.5	.9332	.9345	.9357	.9370	.9382	.9394	.9406	.9418	.9429	.9441
1.6	.9452	.9463	.9474	.9484	.9495	.9505	.9515	.9525	.9535	.9545
1.7	.9554	.9564	.9573	.9582	.9591	.9599	.9608	.9616	.9625	.9633
1.8	.9641	.9649	.9656	.9664	.9671	.9678	.9686	.9693	.9699	.9706
1.9	.9713	.9719	.9726	.9732	.9738	.9744	.9750	.9756	.9761	.9767
2.0	.9772	.9778	.9783	.9788	.9793	.9798	.9803	.9808	.9812	.9817

Figura 3. Probabilidades de la normal estándar  
Fuente. Anónimo

Una vez obtenido este valor podemos hallar el tamaño de la muestra con su respectiva formula básica, teniendo en cuenta que se ha tomado un margen de error del 8%:

$$n_0 = \frac{Z^2 * PQ}{e^2}$$

Donde:

Z = Puntuación Z o factor de probabilidad

Pq = Varianza de la proporción

e = Factor de error

Calculo:

$$n_0 = \frac{Z^2 * PQ}{e^2} \rightarrow \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,08)^2} \rightarrow \frac{0,9604}{0,0064} \rightarrow n_0 = 150$$

Como se conoce el tamaño de la población (277.270) se procede a realizar un ajuste para que nos arroje el número de encuestas a realizar así:

$$n' = \frac{n_0}{1 + \left( \frac{n_0 - 1}{N} \right)}$$

Donde:

$$n' = \frac{150}{1 + \left( \frac{150 - 1}{277.270} \right)} \rightarrow \frac{150}{1 + 0,0012} \rightarrow \frac{150}{1,0012} \rightarrow n' = 149,88$$



Lo que finalmente nos arroja que para el proyecto necesitamos realizar 150 encuestas teniendo en cuenta la población conocida con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 8%.

<i>Tamaño Poblacional</i>	124.494
<i>Margen Máximo de Error Admitido</i>	8%
<i>Nivel de Confianza 95%</i>	150

Tabla 4. Cálculo para determinar el tamaño de la población a encuestar  
Fuente: autores

Una vez realizado y analizado los resultados de la encuesta, se determinan variables que permiten establecer la demanda insatisfecha, se conoce en cierto grado las personas que estarían dispuestas asistir al restaurante de comida saludable y la frecuencia con la que podrían asistir. Proyectando estas variables a la población objetivo, se ha determinado una demanda insatisfecha total de 980 personas

	<b>Población objetivo</b>	<b>124.494</b>
Población que no almuerza en restaurante	<b>30.750</b>	24.7%
Población que almuerza en restaurante	<b>63.118</b>	50.7%
Demanda ya satisfecha	<b>75.567</b>	60.7%
Demanda insatisfecha	<b>48.962</b>	39.3%

Tabla 5. Demanda insatisfecha  
Fuente. Autores

## ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

De acuerdo a la muestra poblacional se realizaron 150 encuestas donde se evaluaron principalmente hábitos alimenticios, preferencias, gustos, frecuencia y el tipo de cliente a los cuales va dirigido la presente investigación. Para efectos del proyecto se determinó aplicar la encuesta por medio de correo electrónico a personas que trabajan y viven en el sector del centro que cumplieran con las características determinadas para el proyecto.

En sentido, se pudo conocer que gran parte de los encuestados presentan buenos hábitos alimenticios; es decir, su alimentación es considerada como saludable. Por lo tanto, influye positivamente a la elaboración del proyecto, ya que existe clientes potenciales y otros que se puede fortalecer.

Seguidamente, la frecuencia con la cual estas personas asisten a restaurantes ubicados en la localidad es representativa y significativa ya que varía desde 1 a 10 veces. Lo que representa la existencia de un nicho de mercado para el establecimiento comercial. Es así como se logra identificar la gran asistencia del público en los establecimientos de comidas, lo cual es favorable para la elaboración del proyecto.

Por otra parte, se pudo conocer que se cuenta con una cantidad considerable de posibles clientes potenciales de acuerdo a los argumentos antes expuestos. Aunado a ello, se evidenció la existencia de un público potencialmente interesado en consumir productos saludables, lo cual es positivo para el estudio de este proyecto, permitiendo dar tranquilidad a los inversionistas.

Por último, el factor económico de los sujetos bajo estudio permitió identificar que los mismos presentan disposición para cancelar entre \$7.000 hasta \$13.000 por plato de comida saludable. Permitiendo establecer costos de ventas, tomando en cuenta la relación precio y servicio

## **PRECIOS**

### **Precios determinados por la estructura de costos.**

En la economía de libre competencia, el precio está determinado por la relación entre la oferta y la demanda, por lo que se requiere de una buena estrategia de fijación de precios. La fijación de los precios en el mercado es un factor determinante al momento de ofrecer el producto o servicio, puesto que las medidas que se tomen afectan directamente a las ventas de la empresa y por consiguiente a la rentabilidad, por lo que se pretende analizar como los costos y gastos juegan un papel esencial a la hora de fijar los precios.

Existen diferentes factores que influyen en la fijación del precio, como es el tamaño de la demanda y la frecuencia de compra del bien o servicio, la competencia que para nuestro proyecto es la cantidad de restaurantes que ofrecen este mismo tipo de alimentos saludables, es en este punto que se requiere ofrecer un producto y servicio con valor agregado. Otro factor importante son los costos fijos, variables, sin olvidar la calidad de estos. Para el proyecto se ha determinado ofrecer un menú único por día, el cual consta de sopa, bandeja y bebida, tal como se indica en el menú, detallando su contenido y costo de producción del mismo el cual puede observarse en el anexo N° 10.

### **Precio fijado por el mercado**

Los precios originados entre la reciprocidad de oferta y mercado son determinantes para establecer los precios de los productos y servicios que se van a ofertar en el establecimiento comercial, esto debido a que la economía de un determinado mercado se basa en la demanda de sus consumidores, por lo cual esta variable es fundamental ya que de ella puede depender si los precios de los productos a ofertar son más altos o bajos, todo esto dependiente de los niveles de demanda del producto.

Para el estudio de factibilidad, sería beneficioso que los niveles de demanda con respecto al mercado a ingresar, fuera de tamaño grande, lo cual permitiría que el establecimiento obtenga mayores ingresos a base de precios por encima de los esperados. Una de las variables que pueden ayudar es, implementar una forma de comunicación dirigida a los consumidores mediante la publicidad, que tendría como objetivo dar a conocer los productos o servicios, crear una buena imagen dentro del mercado. A su vez, puede permitir una valorización económica frente a la demanda percibida por sus clientes de los productos y servicios ofertados, lo cual a su vez permite establecer precios justos.

## COMERCIALIZACIÓN

Para el proyecto de factibilidad en la implementación de un restaurante de comida saludable, no se ha instaurado un intermediario entre proveedores y el establecimiento comercial, esto debido a que la calidad del producto no se vería afectada. Otra de las razones de no incluir intermediarios es la de beneficiar al cliente final, ya que la eliminación de terceros como canales de comercialización, ayudaría a reducir el costo de producción, logrando ofrecer precios más asequibles a la población en general.

### Canal de Comercialización.

#### *Estructura del canal de comercialización.*

Una de las posibles principales políticas internas a adoptar es ofrecer productos de calidad y a precios asequibles, por lo cual se ha determinado adoptar un canal de comercialización conciso, permitiendo que la materia prima llegue directamente al establecimiento de comercio y en este se realice la transformación de la materia prima a producto final, obteniendo dos resultados beneficiosos; el primero, reduciendo los costos por intermediarios y el segundo, ofreciendo precios de mercado favorables.

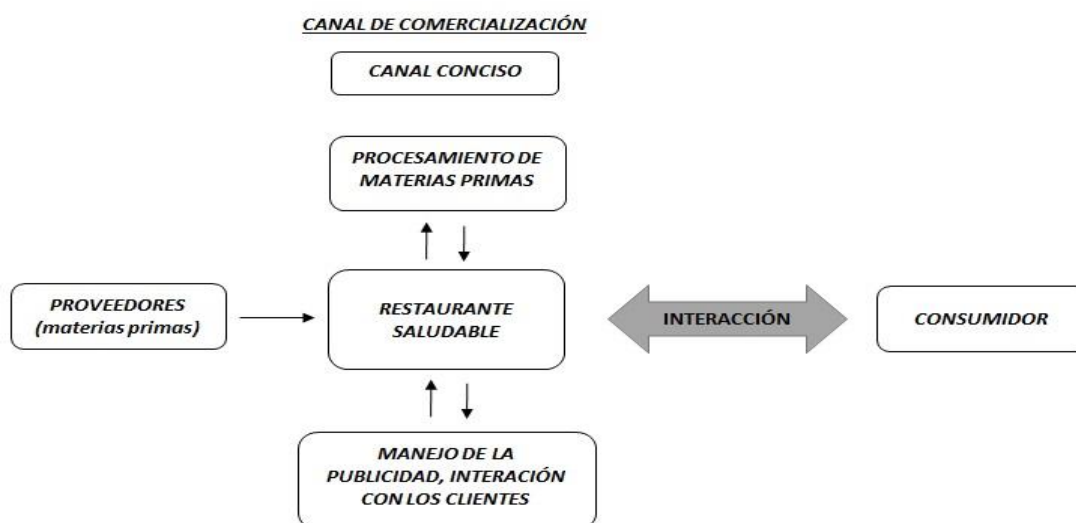


Figura 5. Estructura del canal de comercialización

Fuente: autores

De acuerdo a los estudios que se han desarrollado en este proyecto, se identificó que el uso de las herramientas de la publicidad es fundamental, puesto que es una forma de comunicación dirigida a los consumidores, que tiene como objetivos, dar a conocer un producto o servicio, incentivando al incremento de las ventas, mejorar o dar a conocer la imagen o marca posicionándola en la mente del consumidor.

Unos de los formatos a utilizar en la publicidad son; social Ads, son aquellas publicidades realizadas mediante redes sociales, las cuales permiten alcanzar millones de recepciones por parte de usuarios y segmentar con gran precisión para alcanzar al público objetivo. Hoy en día las herramientas más populares son Facebook Ads, Instagram Ads y Twitter Ads, entre otras plataformas. Otros de los formatos a utilizar es el Mobile Ads, ya que este compete todos los formatos publicitarios pensados para móviles, las cuales son publicadas en aplicaciones como WhatsApp, Facebook móvil.

De igual manera, el establecimiento de comercio, contará con equipos audiovisuales, en el cual se transmitirán las publicidades propias del negocio, permitiendo dar a conocer al comensal, la elaboración de los mismos platos y los objetivos del restaurante para con la ciudadanía.

### **Almacenamiento de la Materia Prima**

Unos de los principales objetivos del restaurante de comida saludable, es brindar un producto de calidad a precios asequibles, y para garantizar la calidad del producto final, es indispensable contar con un buen almacenamiento de los productos a transformar. Es por lo anterior, y según el manual de buenas prácticas de manipulación de alimentos para restaurantes y servicios a fines del año 2013, se consideran los siguientes lineamientos para un almacenamiento óptimo:

Diseño del interior y materiales, las bodegas o áreas de almacenamiento deben ser de material resistente, los alimentos deben mantenerse en sus envolturas originales y limpias; también deben

almacenarse en bandejas de material fácil de limpiar y desinfectar, los alimentos de origen animal y vegetal deben almacenarse por separado, para evitar la contaminación cruzada, almacenamientos en el congelador, almacenamiento de productos secos y adquisición de la materia prima.

### **Presentación**

El restaurante de comida saludable Molino Verde, se destacará por ofrecer platos de calidad y buena presentación, ya que tan importante es que su sabor sorprenda y guste, como que la presentación sea apetecible y llamativa. Es por lo anterior, que se dará importancia a la presentación de los productos, para que todos aquellos futuros clientes tengan la oportunidad de degustar y observar platos con presentación de calidad.

### **Restaurante de comida saludable “Molino Verde”.**

Con el propósito de brindar productos y servicios de calidad, a continuación, se darán a conocer puntualmente cada una de las estrategias, variables que se realizarán dentro del establecimiento comercial, con el fin de brindar experiencias únicas a los posibles comensales.

### **Platos comestibles**

Tomando en cuenta la preservación del medio ambiente y las acciones del hombre para su contribución, se implementará en el restaurante Molino Verde el uso de platos comestibles, los cuales reemplazarán a los platos comunes, que tienen un período de degradación de aproximadamente entre 1.000 años y 4.000 años.

De acuerdo a Maquinovación (2018), quien fabrica y distribuye, el producto es utilizado para servir alimentos secos y de mediana humedad como, por ejemplo, postres, tortas, helado, ensaladas, arroz, como dato adicional al servir helado en el plato este aguanta sin absorber humedad de 20 a 25 minutos

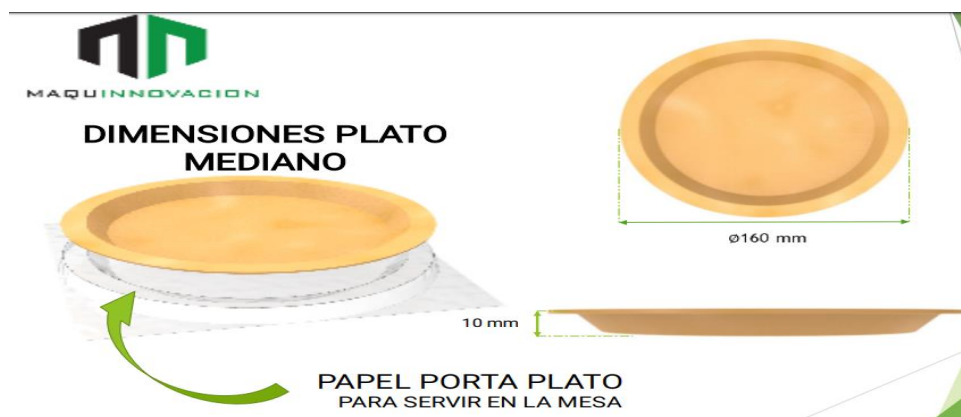


Figura 6. Presentación platos comestibles  
Fuente: Maquinnovación (2018)

El plato está elaborado principalmente de harina de trigo fortificada, azúcar, aceite vegetal, lecitina de soya y contiene gluten. Siendo así una estrategia óptima para contribuir al medio ambiente. El precio por unidad es de \$690 pesos cada plato y el precio de la caja por 345 unidades es de \$238.050

### **Acondicionamiento del restaurante**

El restaurante Molino Verde estará equipado de un estilo eco sistemático, por lo tanto, brindará un ambiente de tranquilidad, permitiendo a los visitantes disfrutar de una sensación única dentro del establecimiento. La decoración del local comercial, estará acompañada de detalles vegetales, tales como, materas, flores, murales vegetales, entre otros.

El establecimiento contará con dos televisores, mediante ellos se darán a conocer la elaboración de cada plato ofrecido en el menú. De igual manera, se brindará publicidad audiovisual, permitiendo al cliente conocer los aspectos sobre una buena alimentación saludable. Otra de las adecuaciones será implementar equipo musical, distribuido estratégicamente en el local, a fin de que el comensal disfrute de un buen plato acompañado de buena música. Por último, las mesas y sillas, estarán elaborados en madera, las mesas serán convencionales de cuatro puestos, cada una de ellas estará acompañada de una pequeña matera en cerámica, para

ambientar el momento. Las sillas serán tipo pera rellenas, con el objeto de dar una mayor comodidad, permitiendo que el comensal se sienta a gusto.

## ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO

### Enfoque estratégico

#### *Matriz DOFA*

Es importante que para los procesos y macro procesos se realice una adecuada planificación estratégica que permita la evaluación, calificación, para ello la elaboración de la matriz DOFA es un elemento esencial. No obstante, la principal prioridad es detectar que tan bien calificados y evaluados están los procesos; y así determinar si el proyecto está en la capacidad para desempeñarse en el mercado o cuales son los aspectos que debe enfocarse para una mejora continua. Una correcta identificación de cada uno de sus componentes permitirá formular estrategias para aprovechar las fortalezas, anticiparse a las posibles amenazas, además de utilizar de manera correcta las oportunidades. De acuerdo a un análisis detallado se procedió a identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en las que está expuesto el proyecto

<b>FACTORES INTERNOS</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	<b>F1.</b> Personal con experiencia en el sector <b>F2.</b> Materia Prima de buena calidad <b>F3.</b> Recursos Financieros necesarios <b>F4.</b> Buena prestación del servicio <b>F5.</b> Verduras y productos frescos y bien conservados	<b>D1.</b> Ser nuevos y no tener reconocimiento de los clientes <b>D2.</b> Dificultades en la creación de una cultura de alimentación saludable <b>D3.</b> Precios competitivos
<b>FACTORES EXTERNOS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMANEZAS</b>
	<b>O1.</b> Extensión de sucursales <b>O2.</b> Mejoramiento e inclusión de nuevos platos <b>O3.</b> Aumento de ventas en el sector gastronómico	<b>A1.</b> Aumento de precios en los insumos <b>A2.</b> Competencia ubicada en zonas estratégicas <b>A3.</b> Productos sustitutos

Tabla 6. Matriz DOFA

Fuente: Autores



### ***Matriz de Evaluación del Factor Interno (EFI)***

De acuerdo a la tabla que se relaciona a continuación, se observa que la puntuación obtenida es 3,06 siendo un valor mayor al promedio al criterio de decisión (2,5) mostrando que el proyecto a realizar es sólido internamente

<b>FACTORES INTERNOS CLAVES</b>	<b>VALOR</b>	<b>CLASIF</b>	<b>VALOR PONDERADO</b>
<b>FORTALEZAS INTERNAS</b>			
Personal con experiencia en el sector	0,17	4,00	0,68
Materia Prima de buena calidad	0,10	4,00	0,40
Recursos Financieros necesarios	0,13	3,00	0,39
Buena prestación del servicio	0,08	2,00	0,16
Verduras y productos frescos y bien conservados	0,09	3,00	0,27
<b>DEBILIDADES INTERNAS</b>			
Ser nuevos y no tener reconocimiento de los clientes	0,16	3,00	0,48
Dificultades en la creación de una cultura de alimentación saludable	0,14	3,00	0,42
Precios competitivos	0,13	2,00	0,26
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>3,06</b>

Tabla 7. Matriz EFI

Fuente: autores

Dentro de las fortalezas importantes se evidencia que contar con personal calificado y materia prima de excelente calidad para la elaboración de los platos permiten que la empresa sea sólida internamente. Por otra parte, al incursionar como empresa nueva y no contar con un reconocimiento de los clientes es la mayor debilidad para la empresa.

### ***Matriz de Evaluación Factores Externos (EFE)***

La matriz EFE se basa en el análisis de las oportunidades y amenazas obtenidas en el entorno exterior. En la siguiente tabla se evidencia que el resultado obtenido de 2,73 lo que significa que la empresa puede aprovechar las oportunidades y minimizar los efectos de amenazas;

<b>FACTORES EXTERNOS CLAVES</b>	<b>VALOR</b>	<b>CLASIF.</b>	<b>VALOR PONDERADO</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>			
Extensión de sucursales	0,14	2,00	0,28
Mejoramiento e inclusión de nuevos platos	0,12	3,00	0,36
Aumento de ventas en el sector gastronómico	0,20	4,00	0,80
<b>AMENAZAS</b>			
Aumento de precios en los insumos	0,19	1,00	0,19
Competencia ubicada en zonas estratégicas	0,15	2,00	0,30
Productos sustitutos	0,20	4,00	0,80

<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>2,73</b>
--------------	-------------	--	-------------

Tabla 8. Matriz EFE

Fuente: Autores

Dentro de las mayores oportunidades que la organización tiene es el aumento gradual en las ventas para el sector gastronómico, en especial las comidas saludables en la ciudad de Popayán, lo que favorece a la empresa para la captación de clientes potenciales. Por otra parte, dentro de las amenazas se resaltan las preferencias por productos o alimentos sustitutos como lo es el consumo de comida rápida, debido que son de fácil acceso y a precios bajos.

**MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO (MPC)**

		<b>Molino Verde Sas</b>		<b>Restaurante Vegetariano Salud y Vida</b>		<b>Los Portales Sde Sebas</b>	
		(Nuestra compañía)		(Competidor 1)		(Competidor 2)	
<b>Factores críticos para el éxito</b>	<b>Peso</b>	<b>Calif</b>	<b>Promedio Ponderado</b>	<b>Calif</b>	<b>Promedio Ponderado</b>	<b>Calif</b>	<b>Promedio Ponderado</b>
Materia prima de buena calidad	0,22	3	0,66	3	0,66	4	0,88
Atención en la prestación del servicio (amabilidad, recomendación de platos, rapidez, información)	0,23	4	0,92	2	0,46	4	0,92
Calidad del producto (Platos, bebidas)	0,21	4	0,84	4	0,84	4	0,84
Ubicación	0,15	2	0,3	4	0,6	4	0,6
Infraestructura / ambientación	0,10	2	0,2	2	0,2	3	0,3
Publicidad y promoción	0,9	1	0,09	1	0,09	2	0,18
<b>TOTAL</b>	1,00		<b>3,01</b>		<b>2,85</b>		<b>3,72</b>

Tabla 9. Matriz de Perfil Competitivo

Fuente: autores

De acuerdo a la tabla anterior, se obtiene que el restaurante los portales de sebas presenta un perfil competitivo más alto frente a los competidores directos, con fortalezas mayores en las cuales se destacan la prestación de servicios y la calidad del producto, lo que representa una buena aceptación entre los consumidores finales. Para el proyecto, es necesario implementar estrategias que le permitan captar más clientes como la inversión en publicidad y promoción utilizando medios como periódicos, paginas publicitarias por medio de Facebook e Instagram entre otras, que le permitan atraer al mayor número de clientes potenciales.

### ***Objetivos Corporativos***

Para el proyecto es importante fijar metas medibles para lograr el reconocimiento, posicionamiento y consigo el crecimiento del ente económico, es por ello que se ha fijado los siguientes objetivos:

### ***Objetivos Financieros***

Cumplir una meta anual con respecto al incremento del 13% anual sobre las ventas, reducir los pasivos como proveedores, obligaciones financieras y demás costos y gastos por pagar a un margen del 22% del capital, incrementar la rentabilidad mensual, anual, buscando estrategias de mercadeo que permitan disminuir costos innecesarios y aliándose con proveedores para ayudar a disminuir costos de materia prima. Por otra parte, participar en futuros eventos y negocios, con el fin de incrementar los ingresos y desear una recuperación anual mínimo de dos dígitos por las acciones poseídas por los socios.

### ***Objetivos Estratégicos***

Fijar estrategias de mercadeo que ayuden a promover el posicionamiento del restaurante “Molino Verde”, ubicándolo, así como líder en su segmento de mercado. Y brindar apoyo tecnológico, con el fin de agilizar tiempo y brindar productos de mejor calidad; así como también brindar capacitaciones a los colaboradores que integran el restaurante “Molino Verde”, para ofrecer un mejor servicio.

### *Organigrama del proyecto*

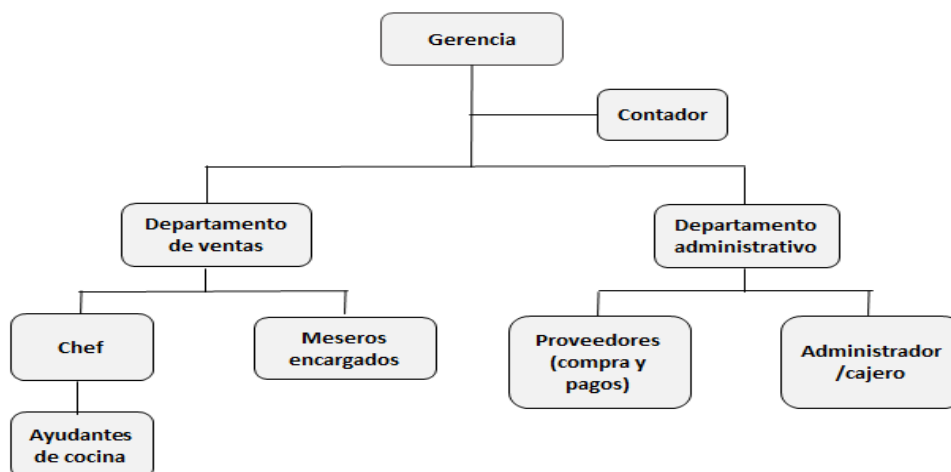


Figura 7. Organigrama del establecimiento Comercial

Fuente: Autores

### *Descripción de cargos.*

#### *Administrador.*

El administrador será quien controle, supervise las áreas que se encuentran definidas dentro del organigrama y a todos los colaboradores del establecimiento, verificando que todas las actividades sean ejecutadas a tiempo y de manera correcta.

#### *Contador.*

Será una persona profesional, quien se encargará de llevar los libros de contabilidad, así como los registros diarios de las operaciones del restaurante. Una de sus principales funciones será preparar y liquidar todos aquellos impuestos tanto distritales como nacionales. Deberá aplicar las normas nacionales e internacionales de contabilidad.

#### *Chef.*

El chef será un profesional totalmente capacitado en la elaboración de platos saludables, por lo cual será el responsable que todos sean elaborados con la mayor calidad, el chef contará con auxiliares de cocina, quienes serán de apoyo en la elaboración de los productos. De igual manera estos últimos serán los encargados de la limpieza del lugar de trabajo.

***Meseros.***

Los meseros serán los encargados de atender a los comensales, brindando una atención oportuna, acompañada de amabilidad y calidez humana. Estos colaboradores tendrán como función principal la toma de pedidos por parte de los comensales, así como de llevar el producto a la mesa, de igual manera estos atenderán las necesidades de los mismo, y darán a conocer la implementación de los platos ecológicos. Al finalizar la atención al público, estos deberán colaborar en el aseo del restaurante.

**TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN****Factores condicionantes del tamaño en el proyecto*****Tamaño y mercadeo.***

Este proyecto toma fuerza y se considera de grandes dimensiones para los socios, debido a que la idea es a gran escala por los productos y servicios que se desean implementar. En el área de mercadeo se ha establecido al público en general tanto propios como vecinos de la ciudad de Popayán, pero segmentando en un rango de edades entre los 20 y 59 años, que se encuentren en los estratos 3 y 4, que deseen adoptar cambios saludables. Teniendo en cuenta el rango de edades, se determinó que; las redes sociales, son las mejores herramientas aliadas al restaurante, para que este mismo, se dé a conocer de manera masiva, ya que en este rango de edades es en el cual las personas más usas este tipo de aplicaciones.

***Costos y Aspectos Técnicos.***

La fijación de los costos de producción se ha determinado por procesos, según el siguiente flujograma:

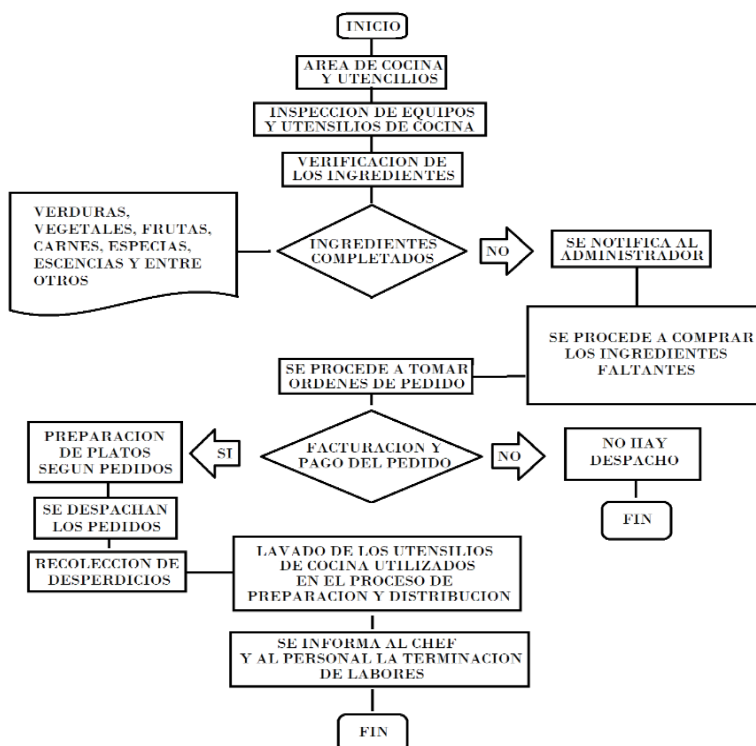


Figura 8. Flujograma de costos por procesos  
Fuente: autores

El flujograma anterior, se estableció para todas aquellas prestaciones que pretende ofrecer el restaurante de comida saludable. En las prestaciones están todas aquellas fabricadas por el personal de cocina, como el chef y sus auxiliares. Por otro lado, las materias primas como los vegetales, carnes, frutas, entre otras, se procesarán mediante las herramientas tecnológicas que se cuentan en el área de cocina.

#### ***Disponibilidad de insumos y servicios públicos.***

Para la elaboración de cada uno de los platos a ofrecer, es indispensable contar con materia prima de calidad, tales como; carnes, pollo, frutas, verduras, pescado, etc. Por lo tanto, conseguir estos ingredientes no son un obstáculo, debido a que Popayán es una ciudad abundante en recursos agrícolas. Los demás ingredientes “secundarios”, tales como; la sal, achote, paprika, cilantro, entre otros, los cuales son necesarios para la elaboración del producto, para brindar un

mejor sabor, son fáciles de adquirir en cualquier plaza de mercado, por lo cual tampoco habría ningún problema para adquirir estos ingredientes.

Los servicios públicos básicos que ofrece la ciudad de Popayán, son indispensables para el buen funcionamiento, ya que tanto la energía eléctrica, como el agua potable, son esenciales para brindar un buen servicio; estos servicios tampoco serían un inconveniente ya que la ciudad brinda unos excelentes servicios públicos.

### ***Estructura y localización.***

El restaurante Molino Verde, se llevará a cabo, en un local comercial, el cual cuenta con 147 m<sup>2</sup>, lo cuales se han tomado como los justos y necesarios para llevar a cabo dicho propósito. Este local se encuentra ubicado en el centro histórico de la capital Cauca, debido al tráfico de personas que circulan en este sector, el cual es propicio para dicho proyecto.

### ***Tamaño y Financiamiento.***

Para el rodaje y funcionamiento del restaurante saludable, es necesario una inversión, por lo tanto, se ha previsto una inversión inicial de Treinta millones de pesos mcte (\$ 30.000.000), estos a su vez se distribuirán de la siguiente manera:

<b>Concepto</b>	<b>valor</b>
Efectivo y sus equivalentes	\$ 60.000.000
Obligaciones Financieras	\$ 30.000.000
Capital social	\$ 30.000.000

Tabla 7. Inversión del proyecto  
Fuente: autores

Se decide tomar el crédito con Banco de Bogotá, debido a que después de realizar diferentes transacciones de otros bancos, este en particular es quien ofreció una tasa de interés acorde a las necesidades del proyecto, siendo esta del 18.54 % efectiva anual, y una tasa efectiva mes vencido del 1.43%, a un plazo de 5 años, equivalentes a 60 meses, con el valor de pago a cuota fija.

## LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El proyecto del restaurante de comida saludables “Molino Verde” en un contexto donde se encuentran las principales fuentes de empleo, ya que en esta se vislumbran sectores como; financieros, instituciones políticas, demás establecimientos de comercio. Por su fácil acceso a cada una de sus calles y acceso de los servicios públicos entre otros.

### Macrolocalización.

Para esta variable, se ha determinado toda la zona urbana del municipio de Popayán, tal como se evidencia en el siguiente mapa:



Mapa 1. Zona Urbana Popayán

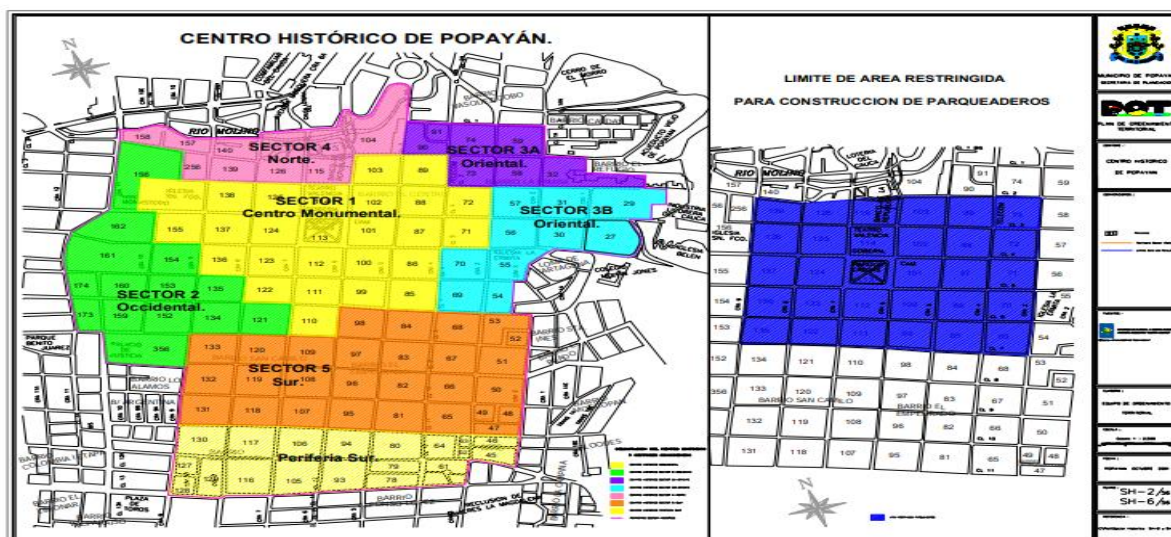
Fuente: Google Maps 2019

Además de esto, la ciudad cuenta con una temperatura media de 18° a 19° C durante el año, por lo cual, es otro aspecto por lo cual esta ciudad se considera apta para implementar este proyecto. Por otra parte, Popayán está rodeada de zonas agricultoras, por lo cual, se hace de fácil acceso el adquirir los productos de materia prima, tanto por la abundancia como por sus precios. Cuenta con zonas de mercado muy cercanas, aparte de ellos la Ciudad cuenta con servicios de transporte público de fácil acceso, por lo cual hace que la ciudad cuente con las características básicas para la implementación del restaurante de comida saludable.



## Microlocalización.

La microlocalización se estableció en el centro histórico de Popayán, tal como se evidencia en el siguiente mapa:



Mapa 2. Centro histórico Popayán  
Fuente: Alcaldía de Popayán (2013)

Uno de los factores iniciales que se consideraron fue la viabilidad de adquirir un local comercial mediante arrendamiento; además, se realizó una revisión previa de la zona para verificar que no existiera algún tipo de vecino indeseable, el cual pudiese afectar el servicio a ofrecer. También realizar un análisis práctico para detectar las empresas soporte, de las cuales se pueden observar; entidades financieras, instituciones educativas, instituciones públicas, y demás empresas del sector dedicadas al comercio por mayor y menor, las cuales podrán ser clientes potencialmente altos. Teniendo en cuenta los factores anteriores, se puede determinar la viabilidad del proyecto en la zona.

## INGENIERÍA DEL PROYECTO

### Lista de equipos

Para el proyecto es necesario contar con equipos industriales, refrigeración y congelación los cuales son indispensables para poner en marcha el negocio:

<b>Equipos</b>	<b>Unidades</b>	<b>Valor Unit</b>	<b>Valor Total</b>
Estufa industrial de sobreponer cookrite	1	\$ 3.869.900	\$ 3.869.900
Baño maría para 2 azafates	1	\$ 2.929.454	\$ 2.929.454
Modulo plancha y horno	1	\$ 5.421.100	\$ 5.421.100
Mesa de trabajo con salpicadero	1	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000
Campana de extracción	1	\$ 627.900	\$ 627.900
Licuada industrial	1	\$ 940.000	\$ 940.000
Batidora industrial	1	\$ 2.625.000	\$ 2.625.000
Microondas	1	\$ 279.900	\$ 279.900
Procesador de alimentos	1	\$ 3.775.849	\$ 3.775.849
Refrigerador	1	\$ 7.838.468	\$ 7.838.468
Olla a presión	1	\$ 274.900	\$ 274.900
Batería de cocina	2	\$ 289.900	\$ 579.800
Set de sillas y comedor	10	\$ 350.000	\$3.500.000
Set de Vajillas	7	\$ 299.900	\$ 2.099.300
Juego de cubiertos	7	\$ 55.993	\$ 391.951
Set de cuchillos	2	\$ 171.990	\$ 343.980
Computador	1	\$ 1.449.000	\$ 1.449.000
Impresora Multifuncional	1	\$ 599.900	\$ 599.900
Impresora Térmica POS	1	119.900	\$ 119.900
		<b>TOTALES</b>	<b>\$ 38.969.302</b>

Tabla 9. Costo de equipos

Fuente: autores

## Hornos y cocina

Es importante cuidar del presupuesto y el espacio en la cocina, por lo que se ha pensado contar con hornos mixtos, además se ha considerado revisar las garantías otorgadas a los equipos, la eficiencia energética y consumo de gas con el fin de evitar incrementar los costos



Figura 9. Estufa Industrial de Sobreponer Cookrite  
Fuente: Mercadolibre (2021)

### ESTUFA INDUSTRIAL DE SOBREPONER COOKRITE

Marca: Cookrite

- 6 quemadores de 25.000 BTU
  - Estructura de acero inoxidable 430
  - Gas Natural/ Gas propano
  - Dimensiones de cada puesto 30\*30 cm
  - Regulador 4" w.c
  - Pilotes manuales
  - Controles manuales independientes
  - Quemadores tipo hongo
  - Peso 62kg
  - Dimensiones 91 x 70 x 32.5 cm
  - Equipo de sobreponer
  - Un año de garantía
- \*Envío gratis

**TOTAL \$ 3.869.900**



Figura 10. Baño maría para 2 azafates  
Fuente: Inventtgroup (2021)

#### BAÑO MARIA PARA 2 AZAFATES

- Dimensiones: 76,2 x 75 x 85 cm
- Peso 22 kg
- Acero inoxidable calibre 18
- Pozos aislados con fibra de vidrio 8" de profundidad
- Calentamiento en seco
- Control de temperatura
- Vatios: 500 por pozo
- Temperatura: 0,5 – 90°C
- Incluye tabla de corte de polietileno
- Garantía de un año

\*Envío gratis

**TOTAL \$ 2.929.454**



Figura 11. Modulo plancha y horno  
Fuente: Inventtgroup (2021)

#### MODULO PLANCHA Y HORNO

Marca: Cookrite

- Estructura acero inoxidable 430
- Gas Natural/ Gas propano
- Protector de espalda y estante alto
- 72.000 BTU
- Piloto de horno con cierre de seguridad
- Guías de rack de horno de posición múltiple
- Una rejilla de cromo por horno
- Temperatura horno: 280°C
- Peso 164 kg
- Dimensiones: 60x 79x 143cm
- Garantía de un año

\*Envío gratis

**TOTAL \$ 5.421.100**

### Área de preparación

Mesa de acero inoxidable: son de fácil limpieza y desinfección, mayor higiene, mayor vida útil



Figura 12. Mesa de trabajo con salpicadero  
Fuente: Mercadolibre (2021)

#### MESA DE TRABAJO CON SALPICADERO

- Acero inoxidable calibre 20 tipo 304
- Patas de tubo cuadrado 1 1/2"
- Con niveladores y salpicadero
- Dimensiones: 120x 69x 90cm

\*Envío gratis

**TOTAL \$ 1.300.000**

Campana extractora: previene la sudoración y consecuentemente la contaminación, elimina olores, además de evitar cúmulos de humo y gases que producen fatiga garantizando así las condiciones de ambiente de trabajo



Figura 13. Campana de extracción.  
Fuente: Falabella (2020)

#### **CAMPANA DE EXTRACCIÓN**

- Marca Abba
- Modelo CRVC 60 X
- Cuenta con iluminación
- Campana recirculadora tipo península
- Filtro de carbón activado para purificar los olores
- Caudal de aspiración de 500m<sup>3</sup>/h.
- Motor de 3 velocidades de operación con controles frontales independientes
- Garantía de 1 año
- Color acero inoxidable

**TOTAL \$ 627.900**




Figura 14. Licuadora industrial  
Fuente: Exhibir Equipos (2019)

#### **LICUADORA INDUSTRIAL**

- Marca Omniblend TM800
- Voltaje 110 v /11.5 amperios
- Potencia 950 vatios
- Dimensiones 18,5 x 21 x 51 cm
- Peso 5kg
- Pulsador para frapear
- Vaso en policarbonato de 2 litros translucido
- Multifunción
- Tritura hielo en segundos
- Cuchilla de corte en acero inoxidable dos en uno
- Licua productos secos como granos
- Garantía de 1 año

\*Envío gratis

**TOTAL \$ 940.000**

	<b>BATIDORA INDUSTRIAL</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marca EGRT</li> <li>• Capacidad 20 litros</li> <li>• Capacidad max en harina 6 libras</li> <li>• Velocidades: 3(105/180/425rpm)</li> <li>• Voltaje 110v 60hz</li> <li>• Potencia 1100W</li> <li>• Garantía de 1 año</li> </ul> *Envío gratis	
Figura 15. Batidora industrial Fuente: Exhibir Equipos (2019)	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.625.000</b>

### Estanterías y equipos



Figura 16. Microondas  
Fuente: Fuente: Falabella (2020)

#### MICROONDAS

- Marca Würden Modelo WMWO-30D
- Capacidad 30 lt
- Pantalla digital
- Potencia de 1400W
- 30cm x 53,9cm
- Garantía de 2 años

\*Envío gratis

**TOTAL \$ 279.900**



Figura 17. Procesador de alimentos  
Fuente: Inventtgroup (2021)

#### PROCESADOR DE ALIMENTOS

- Dimensiones 65.5 x 32.5 x 54.5cm
- Capacidad hasta de 180kg/hr
- Precisión de cortes, rallado, astillado, corte en cuadrillos y julianas
- Uso para todo tipo de vegetales y frutas
- 5 discos, fáciles de cambiar
- Tolva de alimentación tipo luna llena
- Fácil desarme para limpieza
- Estructura en acero inoxidable
- Potencia: 750W
- Velocidad motora: 300 rpm
- Capacidad: 180kg/hr

\*Envío gratis

**TOTAL \$ 3.775.849**



Figura 18. Olla a presión

#### OLLA A PRESION

- Marca: Universal
- Capacidad de 13 litros con cierre interno
- Alta tecnología en aluminio más resistente y liviana
- Asas ergonómicas que evitan altas temperaturas
- Acero con recubrimiento en antiadherente
- Garantía 120 meses

\*Envió gratis

**TOTAL \$ 274.900**

Fuente: Alkosto (2021)



Figura 19. Batería de cocina

Fuente: Alkosto (2021)

#### BATERIA DE COCINA

- Marca Imusa
- Antiadherente Triforce
- Garantía de 1 año
- 14 piezas
- Incluye: "\*Olla 24 cm con tapa de vidrio (4,66 lt)  
\*Olla 20 cm con tapa de vidrio (2,89 lt) \*Sartén 20 cm (0,91 lt) \*Caldero 20 cm ( 2 Lt) \*2 Cacerolas 14 cm con tapas de vidrio (0,4 lt) \*Perol 16 cm con tapa de vidrio (1,39 lt) \*Chocolatera 2 Litros (2 lt) \*Olla a presión Imusa 3 Litros (3 lt)"
- Garantía de 12 meses

\*Envió gratis

**TOTAL \$ 289.900**



Figura 20. Set de sillas y comedor

Fuente: Mercadolibre (2021)

#### SET DE SILLAS Y COMEDOR

- Mesa 90\*69\* tapa madera 15mm base h cromada
- Silla diseño polipropileno pata cromada

\*Envió gratis

**TOTAL \$ 350.000**





Figura 21. Set de vajillas  
Fuente: Homecenter (2021)

### SET DE VAJILLA

- 6 puestos
- Capacidad: pocillos 22cl / 7 ½ onzas
- Uso: De uso doméstico, ideal para el hogar, restaurantes, establecimientos de comedias, hotelería; puede usarse en hornos microondas y lavavajillas
- Medida plato hondo: 27,5cm de diámetro – 5cm de alto
- Medida para plato te: 14,5cm – 1,5cm de alto
- Medidas pocillo: 7,5cm alto – 9cm
- Medida plato pando: 27cm diámetro – 2cm alto
- Medida plato para postre: 20cm diámetro – 1cm alto
- Incluye: 6 platos pandos – platos hondos – 6 platos postre – 6 plato te – 6 pocillos te

\*Envío gratis

**TOTAL \$ 299.900**



Figura 22. Juego de cubierto  
Fuente: Fuente: Falabella (2020)

### JUEGO DE CUBIERTOS

- Modelo: New Horizon
- Número de piezas: 30
- Acero inoxidable
- Número de personas: 6
- Uso: Diario
- Apto para lavavajillas
- Material del mango: Acero inoxidable

\*Envío gratis

**TOTAL \$ 55.993**



### SET DE CUCHILLOS

- Marca: Home Hero
- Acero inoxidable con soporte
- Afilador de cuchillos profesional
- 7 piezas
- 1x cuchillo de chef, 1x cuchillo de trinchar, 1x cuchillo de pan, 1x cuchillo de uso general, 1x cuchillo de cocina
- Garantía de 30 días

**TOTAL \$ 171.990**

Figura 23. Set de cuchillos  
Fuente: Mercadolibre (2021)

## Almacenamiento en frío

Es absolutamente indispensables para que los alimentos no se dañen y prolongar un poco más la duración



### REFRIGERADOR

- Marca: ATOSA
- Compresor de montaje superior con refrigerante R290 ecologico
- Exterior e interior de acero inoxidable
- Controlador digital Dixell
- Mantiene temperaturas entre 0°C & 8°C
- Luz LED interior
- Manija de puertas empotradas
- Cerradura de puertas estándar
- Capacidad 1240 litros
- Tipo de refrigeración: No Frost
- Energía: 110v / 60hz
- Peso 160kg
- Dimensiones: 131,4x 80,5x206.5cm
- Un año de garantía

\*Envío gratis

**TOTAL \$ 7.838.468**

Figura 24. Refrigerador  
Fuente: Inventtgroup (2021)

## Equipos de oficina



### COMPUTADOR

- Procesador: AMD RYZEN R3
- Memoria RAM: 4GB
- Tamaño de la pantalla: 21.5 pulgadas
- Disco duro: 1TB
- Velocidad del procesador: 2.6 GHz
- Tipo de pantalla: FHD
- Tipo de teclado: Alámbrico
- Alto: 39.07 cm
- Ancho: 49.03 cm
- Profundidad: 20.41 cm
- Peso del producto: 5.39kg
- Sistema operativo: Windows 10 home
- Modelo: 22-c113la
- Garantía: 1 año

**TOTAL \$ 1.449.000**

Figura 25. Computador  
Fuente: Fuente: Falabella (2020)





Figura 26. Impresora Multifuncional  
Fuente: Fuente: Falabella (2020)

#### **IMPRESORA MULTIFUNCIONAL**

- Ecotank 13110 de EPSON
- Tipo de inyección: carga continua
- Alto: 25.3 cm
- Ancho: 37.5 cm
- Profundidad en centímetros: 57.8cm
- Peso del producto: 3.9 kg
- Velocidad de impresión a color: 15ppm
- Resolución scanner: 600x1200dpi
- Garantía de 3 meses

**TOTAL \$ 599.900**



#### **IMPRESORA TERMICA POS**

- Modelo 5890K
  - Adaptador de corriente
  - Cable USB
  - CD de controladores
  - Compatible con todos los sistemas operativos Windows y Linux
  - Bajo consumo de energía
- \*Envío gratis

**TOTAL \$ 119.000**

Figura 27. Impresora térmica POS  
Fuente: Mercadolibre (2021)

## ESTUDIO FINANCIERO DEL PROYECTO

### Proyección de ingresos.

El pronóstico de las ventas del restaurante de comida saludable se relaciona a continuación en la Tabla 10, partiendo de los costos promedios de los platos, y tomando en cuenta el aumento de los precios de venta, al igual que las cantidades vendidas por año.

<i>Proyección de Ingreso Anual</i>					
<b>periodo 2021</b>					
Producto	Costo Promedio Unitario	Imp. Consumo	Precio Venta	Cantidad	Total
Almuerzos saludables	\$4.552	364	7.739	21.600	167.164.128
<b>Total Ventas</b>					<b>167.164.128</b>
<b>periodo 2022</b>					
Producto	Costo Promedio Unitario	Imp. Consumo	Precio Venta	Cantidad	Total
Almuerzos saludables	4.725	378	8.033	21.600	173.516.365
<b>Total Ventas</b>					<b>173.516.365</b>
<b>periodo 2023</b>					
Producto	Costo Promedio Unitario	Imp. Consumo	Precio Venta	Cantidad	Total
Almuerzos saludables	4.905	392	8.338	22.140	184.612.736
<b>Total Ventas</b>					<b>184.612.736</b>
<b>periodo 2024</b>					
Producto	Costo Promedio Unitario	Imp. Consumo	Precio Venta	Cantidad	Total
Almuerzos saludables	5.091	407	8.655	22.694	196.418.721
<b>Total Ventas</b>					<b>196.418.721</b>
<b>periodo 2025</b>					
Producto	Costo Promedio Unitario	Imp. Consumo	Precio Venta	Cantidad	Total
Almuerzos saludables	5.285	423	8.984	23.261	208.979.698
<b>Total Ventas</b>					<b>208.979.698</b>

Tabla 10. Proyección de ventas  
Fuente: autores

Para el incremento del precio de venta, se tiene como referencia el IPC (Índice de Precios al Consumidor), a 31 de diciembre de 2019, el cual corresponde al 3.8%

### Costo promedio materia prima

Para determinar el costo promedio de adquisición de la materia prima a utilizar, se tomó como referencia la producción por plato mostrada anteriormente en la Tabla 10. De igual manera, este costeo se realizó con base en la proyección de los estados financieros.

<b>Materia Prima</b>	
<b>Producto</b>	<b>Costo promedio Unitario</b>
Almuerzo Saludable	\$4.552
Valor materia prima promedio por semana	<b>2.048.580</b>
Valor materia prima promedio mensual	<b>8.194.320</b>
Valor materia prima promedio anual	<b>98.331.840</b>

Tabla 11. Costo promedio de materia prima  
Fuente: Autores

### Presupuesto de planta de personal

Para determinar el incremento de la nómina durante el periodo estudiado, se tomó en cuenta el promedio resultante de las variaciones del salario mínimo de los últimos seis años (2015 – 2020), tal como se muestra en la Tabla 12.

<b>VARIACIÓN PORCENTUAL SMMLV</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>% Variación</b>
2020	6,00%
2019	6,00%
2018	5,90%
2017	7,00%
2016	7,00%
2015	4,49%
<b>PROMEDIO</b>	<b>6,07%</b>

Tabla 12. Variación porcentual anual SMMLV  
Fuente. Autores

Cabe resaltar que la nómina a contratar fue seleccionada en relación a los gastos que puede cubrir la empresa, se consideró que cinco personas es suficiente para poner la empresa en marcha, el aumento del personal se puede estudiar dependiendo de la aceptación y el desenvolvimiento del negocio dentro del mercado.

**PROYECCIÓN DE NOMINA ANUAL  
RESTAURANTE MOLINO VERDE S.A.S**

CARGOS	PERIODOS / AÑOS				
	2021	2022	2023	2024	2025
Administrador / Cajero	12.000.000	12.248.400	12.501.942	12.760.732	13.024.879
Chef	13.200.000	13.473.240	13.752.136	14.036.805	14.327.367
Aux. Cocina	10.533.636	10.751.682	10.974.242	11.201.409	11.433.278
Meseros	10.533.636	10.751.682	10.974.242	11.201.409	11.433.278
Contador	6.000.000	6.124.200	6.250.971	6.380.366	6.512.440
<b>TOTALES</b>	<b>52.267.272</b>	<b>53.349.205</b>	<b>54.453.533</b>	<b>55.580.721</b>	<b>56.731.242</b>

Tabla 13. Proyección de nómina anual

Fuente: Autores

**Tabla de depreciaciones.**

Para determinar la depreciación de los activos fijos del restaurante “Molino Verde”, se aplicó el método de línea recta, teniendo en cuenta la vida útil establecida en el decreto 3019 de 1989 compilado por el decreto 1625 de 2016.

DEPRECIACIÓN ANUAL DE ACTIVOS "MOLINO VERDE"						
Equipos	Cantidad	Valor Unit	Valor Total	Vida útil	Depreciación	Valor Salvamano
Estufa industrial de sobreponer cookrite	1	\$ 3.012.979	\$ 3.012.979	10	301.298	1.506.490
Baño maría para 2 azafates	1	\$ 2.929.454	\$ 2.929.454	10	292.945	1.464.727
Modulo plancha y horno	1	\$ 5.029.897	\$ 5.029.897	10	502.990	2.514.949
Mesa de trabajo con salpicadero	1	\$ 5.029.897	\$ 5.029.897	10	502.990	2.514.949
Campana de extracción	1	\$ 533.700	\$ 533.700	10	53.370	266.850
Licadora industrial	1	\$ 978.400	\$ 978.400	10	97.840	489.200
Batidora industrial	1	\$ 2.300.000	\$ 2.300.000	10	230.000	1.150.000
Microondas	1	\$ 279.900	\$ 279.900	10	27.990	139.950
Procesador de alimentos	1	\$ 3.775.849	\$ 3.775.849	10	377.585	1.887.925
Refrigerador	1	\$ 8.445.161	\$ 8.445.161	10	844.516	4.222.581
Set de sillas y comedor	10	\$ 320.000	\$ 3.200.000	10	320.000	1.600.000
Computador	1	\$ 1.449.000	\$ 1.449.000	5	289.800	
Impresora Multifuncional	1	\$ 499.900	\$ 499.900	5	99.980	
Impresora Térmica POS	1	\$ 114.990	\$ 114.990	5	22.998	
<b>TOTALES</b>			<b>\$ 37.579.127</b>		<b>3.964.302</b>	<b>17.757.619</b>

Tabla 14. Tabla de Depreciación

Fuente: Autores

### Estado de situación financiera de apertura del proyecto.

El estado de apertura muestra la inversión necesaria para la compra de maquinaria y equipos indispensables para el funcionamiento del restaurant, el cual está constituido por el aporte de los socios y un préstamo bancario de 30.000.000 de pesos. La distribución del estado de apertura se muestra en la Tabla 15.

**ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA DE APERTURA  
A 02 ENERO 2020**

<b>ACTIVO</b>	
<b>DISPONIBLE</b>	
CAJA GENERAL	18.731.963
BANCOS NACIONALES	
<b>TOTAL EFECTIVO Y SUS EQUIVALENTES</b>	<b>18.731.963</b>
<b>PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPOS</b>	
MAQUINARIA Y EQUIPO	39.204.147
EQUIPOS DE OFICINA	2.063.890
<b>TOTAL PROPIEDAD , PLANTA Y EQUIPOS</b>	<b>41.268.037</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>60.000.000</b>
<b>PASIVO</b>	
OBLIGACIONES FINANCIERAS	30.000.000
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>30.000.000</b>
<b>PATRIMONIO</b>	
CAPITAL SOCIAL	30.000.000
	-
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>30.000.000</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>60.000.000</b>

Tabla 15. Estado de situación financiera de apertura

Fuente: autores

### Estado de Situación Financiera Projectado

El balance general o estado de situación financiera, se muestra a continuación en la Tabla 16, se puede apreciar que se toma como base el balance de apertura y se proyectaron los movimientos de los periodos estudiados de forma prudente, con la intención se ajustarlo lo más posible a la realidad; tomando en cuenta factores macroeconómicos y las situaciones que vive la economía actualmente como el caso del COVID-19 que ha afectado a todos los sectores. En este sentido, se puede observar que la variación del total patrimonio de un año a otro no es excesiva, para el año 2021, en comparación con el 2020 la variación es de 10%, para el año 2022, en comparación con 2021 es de

4%, para el 2023 es de 7%, para el 2024 es de 3% y para el 2025 en comparación con el año anterior es de 3%.

**ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO  
MOLINO VERDE S.A.S**

Descripción	De apertura	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Activos</b>						
<b>Corrientes</b>						
Caja General	18.731.963	4.660.000	5.520.000	5.230.000	5.460.000	5.950.000
Bancos		17.076.877	21.742.031	29.718.285	38.008.430	49.406.372
Inventario		2.668.160	1.599.710	1.298.280	1.215.628	1.185.123
<b>Total Corrientes</b>	<b>18.731.963</b>	<b>24.405.037</b>	<b>28.861.741</b>	<b>36.246.565</b>	<b>44.684.058</b>	<b>56.541.495</b>
<b>No corrientes</b>						
Maquinaria y equipo	39.204.147	39.204.147	39.204.147	39.204.147	39.204.147	39.204.147
Equipos de oficina	2.063.890	2.063.890	2.063.890	2.063.890	2.063.890	2.063.890
Depreciación		3.964.302	7.928.604	11.892.906	15.857.208	19.821.510
<b>Total no corrientes</b>	<b>41.268.037</b>	<b>37.303.735</b>	<b>33.339.433</b>	<b>29.375.131</b>	<b>25.410.829</b>	<b>21.446.527</b>
<b>Total Activos</b>	<b>60.000.000</b>	<b>61.708.772</b>	<b>62.201.174</b>	<b>65.621.696</b>	<b>70.094.887</b>	<b>77.988.022</b>
<b>Pasivos</b>						
<b>Corrientes</b>						
Proveedores	-	1.560.000	1.780.000	1.930.000	1.754.000	1.833.000
Impuestos	-	1.375.265	2.101.059	3.584.496	4.846.240	6.672.806
<b>Total Corrientes</b>	<b>-</b>	<b>2.935.265</b>	<b>3.881.059</b>	<b>5.514.496</b>	<b>6.600.240</b>	<b>8.505.806</b>
<b>No corrientes</b>						
Obligaciones financieras	30.000.000	25.851.068	20.932.925	15.102.957	8.192.144	-
<b>Total no corrientes</b>	<b>30.000.000</b>	<b>25.851.068</b>	<b>20.932.925</b>	<b>15.102.957</b>	<b>8.192.144</b>	<b>-</b>
<b>Total pasivos</b>	<b>30.000.000</b>	<b>28.786.334</b>	<b>24.813.984</b>	<b>20.617.453</b>	<b>14.792.384</b>	<b>8.505.806</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital Social	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
Utilidad del periodo		2.922.439	4.464.751	7.617.053	10.298.260	14.179.713
Utilidad Acumulada			2.922.439	7.387.190	15.004.243	25.302.503
<b>Total patrimonio</b>	<b>30.000.000</b>	<b>32.922.439</b>	<b>37.387.190</b>	<b>45.004.243</b>	<b>55.302.503</b>	<b>69.482.216</b>
<b>Total Pasivo + Patrimonio</b>	<b>60.000.000</b>	<b>61.708.772</b>	<b>62.201.174</b>	<b>65.621.696</b>	<b>70.094.887</b>	<b>77.988.022</b>

Tabla 16. Estado de situación Financiera Proyectado

Fuente: autores

### Estado de resultado integral proyectado

El estado de resultados proyectado que se muestra en la Tabla 17, fue realizado tomando la proyección de ingresos que se muestra en la Tabla 10 y los costos de la Tabla 11, además de los gastos operacionales (nómina y salarios de administración) que se muestran en la Tabla 13, incluyendo como es debido los gastos de depreciación de las maquinarias y equipos; y los gastos financieros conformados por los intereses sobre préstamo. Se incluyó el cálculo estimado del ISLR, obteniendo así una utilidad moderada en el primer año, la cual va incrementando de forma paulatina en los años siguientes.

**ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL PROYECTADO**  
**MOLINO VERDE S.A.S**

<b>Descripción</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Ingresos	167.164.128	173.516.365	184.612.736	196.418.721	208.979.698
Costo de ventas	98.331.840	102.068.450	108.301.430	116.082.652	123.030.504
<b>Utilidad Bruta Operacional</b>	<b>68.832.288</b>	<b>71.447.915</b>	<b>76.311.306</b>	<b>80.336.069</b>	<b>85.949.194</b>
Gastos Operacionales de ventas	34.267.272	34.976.605	35.700.620	36.439.623	37.193.923
Gastos Salarios Admon	18.000.000	18.372.600	18.752.913	19.141.098	19.537.319
Arrendamientos					
Servicios Públicos	3.480.000	3.514.800	3.549.948	3.585.447	3.621.302
Depreciación	3.964.302	3.964.302	3.964.302	3.964.302	3.964.302
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>59.711.574</b>	<b>60.828.307</b>	<b>61.967.783</b>	<b>63.130.471</b>	<b>64.316.846</b>
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>9.120.714</b>	<b>10.619.608</b>	<b>14.343.523</b>	<b>17.205.598</b>	<b>21.632.348</b>
Gastos Financieros	4.823.010	4.053.798	3.141.974	2.061.098	779.828
<b>Utilidad neta antes de impuestos</b>	<b>\$4.297.704</b>	<b>\$6.565.810</b>	<b>\$11.201.549</b>	<b>\$15.144.500</b>	<b>\$20.852.520</b>
Impuesto de renta	1.375.265	2.101.059	3.584.496	4.846.240	6.672.806
<b>Utilidad Liquida</b>	<b>2.922.439</b>	<b>4.464.751</b>	<b>7.617.053</b>	<b>10.298.260</b>	<b>14.179.713</b>
<b>Utilidad del Ejercicio</b>	<b>2.922.439</b>	<b>4.464.751</b>	<b>7.617.053</b>	<b>10.298.260</b>	<b>14.179.713</b>

Tabla 17. Estado de resultado integral proyectado

Fuente: autores

### **Flujo de caja proyectado**

En la Tabla 18 se muestra el flujo de caja proyectado, donde es importante resaltar que se tomaron en cuenta los gastos de capital o de inversión (capex) en el año 2025, considerando que en ese año la gerencia decida si cree necesario reinvertir en maquinarias o equipos o simplemente expandir el negocio.

### FLUJO DE CAJA PROYECTADO

FCL CON FINANCIAMIENTO	AÑO 0	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
<b>+ Ventas</b>	-	167.164.128	173.516.365	184.612.736	196.418.721	208.979.698
- Costos de Ventas	-	98.331.840	102.068.450	108.301.430	116.082.652	123.030.504
<b>= Utilidad Bruta en Ventas</b>	-	<b>68.832.288</b>	<b>71.447.915</b>	<b>76.311.306</b>	<b>80.336.069</b>	<b>85.949.194</b>
- Gastos Operacionales		34.267.272	34.976.605	35.700.620	36.439.623	37.193.923
- Gastos de salarios administ		18.000.000	18.372.600	18.752.913	19.141.098	19.537.319
- Servicios publicos		3.480.000	3.514.800	3.549.948	3.585.447	3.621.302
- Depreciaciones		3.964.302	3.964.302	3.964.302	3.964.302	3.964.302
<b>= Utilidad Operativa</b>	-	<b>9.120.714</b>	<b>10.619.608</b>	<b>14.343.523</b>	<b>17.205.598</b>	<b>21.632.348</b>
-Otros egresos						
- Gastos financieros		4.823.010	4.053.798	3.141.974	2.061.098	779.828
+ Otros ingresos						
<b>= Utilidad Antes de Impuestos</b>	-	<b>4.297.704</b>	<b>6.565.810</b>	<b>11.201.549</b>	<b>15.144.500</b>	<b>20.852.520</b>
- Impuestos		1.375.265	2.101.059	3.584.496	4.846.240	6.672.806
<b>= Utilidad Neta</b>	-	<b>2.922.439</b>	<b>4.464.751</b>	<b>7.617.053</b>	<b>10.298.260</b>	<b>14.179.713</b>
+ Depreciaciones y Amort		3.964.302	3.964.302	3.964.302	3.964.302	3.964.302
+ Intereses "netos" = Int * (1-% Tax)		3.279.647	2.756.583	2.136.543	1.401.547	530.283
- Delta Capital de Trabajo	12.839.926	404.445	614.371	745.326	677.852	15.281.921
- Capex( Activos fijos)	41.268.037					17.757.619
Crédito	30.000.000	4.148.932	4.918.144	5.829.967	6.910.843	8.192.114
<b>= FCLF</b>	<b>-24.107.963</b>	<b>5.613.011</b>	<b>5.653.121</b>	<b>7.142.605</b>	<b>8.075.413</b>	<b>12.957.882</b>

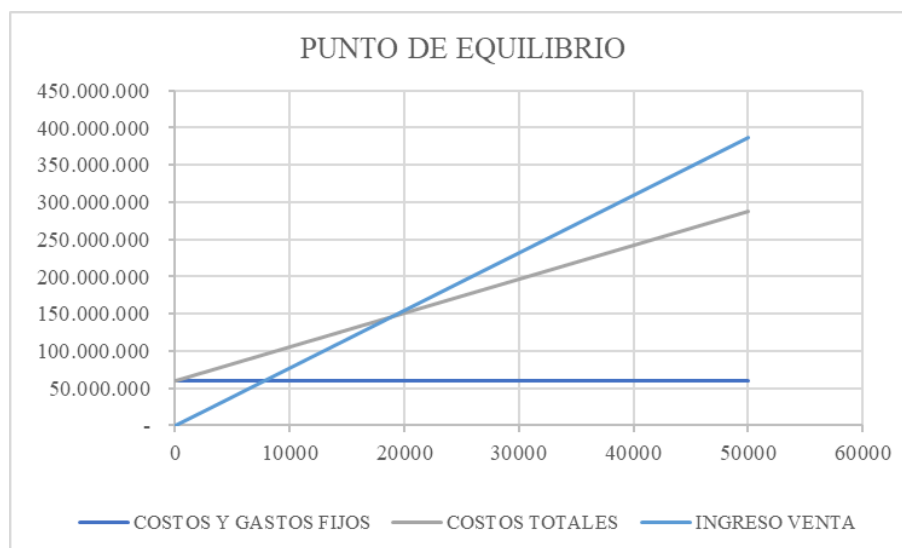
Tabla 18. Flujo de caja libre

Fuente: autores

## ANÁLISIS DE INDICADORES DEL PROYECTO

### Punto de equilibrio

Para el proyecto se determina un punto de equilibrio general en unidades de 18.738 y \$ 145.015.964 en pesos colombianos, como se muestra en la siguiente gráfica



Grafica 1. Punto de equilibrio restaurante Molino Verde



Fuente: autores

Estos valores se establecen utilizando las fórmulas de punto de equilibrio, como se denota a continuación:

Fórmula de punto de equilibrio en unidades

$$\text{Pto equilibrio unidades} = \frac{\text{Costos Fijos Totales} + \text{Gastos Fijos Totales}}{\text{Precio vta unit} - \text{costos variables unit} - \text{gastos variables unit}}$$

Cálculo:

$$\text{Pto equil unit} = \frac{34.267.272 + 25.444.302}{7.739 - 4.552} = \frac{59.711.574}{3.187} = 18.738$$

Fórmula de punto de equilibrio en pesos

$$\text{Pto equilibrio en pesos} = \frac{\text{Costos Fijos Totales} + \text{Gastos Fijos tottales}}{1 - \left( \frac{\text{Costo variable unit} + \text{Gasto variable unit}}{\text{Precio venta unit}} \right)}$$

Cálculo:

$$\text{pto equil en \$} = \frac{34.267.272 + 25.444.302}{1 - \left( \frac{4.552}{7.739} \right)} = \frac{59.711.574}{1 - \left( \frac{4552,4}{7739} \right)} = \frac{59.711.574}{0,411758625} = 145.015.964$$

De acuerdo con lo explicado anteriormente se determina que para el proyecto se deben vender como mínimo 18.738 unidades anuales para obtener un punto de equilibrio, es decir que la empresa en este punto tiene un beneficio de cero (0) pesos, pero tampoco tiene pérdidas, ya que; es en este punto donde la empresa logra cubrir sus costos y gastos con los ingresos obtenidos sin obtener utilidad. Esta información es de suma relevancia debido que permitirá conocer el nivel de ventas que se necesita para recuperar la inversión.

## WACC

El Weighted Average Cost Of Capital o por sus siglas en español costo promedio ponderado de capital desde el punto de vista de la empresa es un costo, pero para los proveedores, socios, accionistas y acreedores es visto como rendimiento. Para el cálculo del WACC se toma en cuenta que en el estado de situación financiera proyectado para el año 2021 (Tabla 16), se cuenta con la siguiente estructura de capital:

<b>activo</b>	<b>pasivo</b>
	28.786.334
61.708.772	47%
100%	<b>patrimonio</b>
	32.922.439
	53%

Figura 28. Estructura de capital  
Fuente: Autores

Esta estructura nos permite identificar que el proyecto tiene dos fuentes de financiación; en un 47% es financiada con recursos de terceros, es decir, deuda adquirida con entidades financieras y en un 53% con recursos propios o equity que básicamente son las inversiones de los socios. De esta manera se procede a aplicar la fórmula como se muestra a continuación:

$$WACC = \frac{E}{E+D} * K_e + \frac{D}{(E+D)} * K_d * (1 - T)$$

$$\frac{53\%}{53\% + 47\%} X 10,00\% + \frac{47\%}{53\% + 47\%} X 18,54\% X (1 - 32\%)$$

Donde:

E = Equity

D = Deuda

Ke = Costo del equity

Kd = Costo de la deuda

(1-T) = Escudo fiscal

$$\frac{53\%}{100\%} X 10,00\% + \frac{47\%}{100\%} X 18,54\% X 68\%$$

$$0,533513105 X 10,00\% + 0,466486895 X 0,1261$$

$$0,05335131 + 0,058810936$$

**WACC : 11,22%**

De acuerdo al resultado obtenido podemos establecer que a la empresa le cuesta financiar sus recursos a una tasa 11,22%.

## Valor Económico Agregado (EVA)

El Valor Económico Agregado (EVA) representa si el proyecto genera o destruye valor, para determinarlo se ha utilizado la siguiente fórmula:

$$\begin{aligned} \text{EVA} &= \text{UAIDI} - (\text{ANF} * \text{CPPC}) & \text{EVA} &= 7.745.449 - ( 58.773.507 * 11,22\% ) \\ \text{Donde:} & & \text{EVA} &= 7.745.449 - ( 6.592.169 ) \\ \text{UAIDI} &= \text{Utilidad antes de intereses y después de impuestos} & \text{EVA} &= 1.153.280 \\ \text{ANF} &= \text{activo neto financiado} \\ \text{WACC} &= \text{costo promedio ponderado de capital} \end{aligned}$$

De acuerdo con lo anterior para el año 2021, el proyecto, una vez pagados los gastos financieros y deducidos el costo de oportunidad de capital propio, genera un valor agregado de \$1.153.280

## TIR, VPN

Para la tasa interna de retorno y el valor presente neto se ha tenido en cuenta una tasa de oportunidad (TO) de un crédito del banco Davivienda el cual renta a una tasa del 5.7% Efectiva Anual (EA):

TO	0,34% MV	→	5,70% EA
0	-24.107.963		
1	5.613.011		
2	5.653.121		
3	7.142.605		
4	8.075.413		
5	12.957.882		
<b>TIR</b>	16% EA		
<b>VPN</b>	8.600.982		

De esta manera se obtiene una TIR para el proyecto de 16% EA, lo que indica que genera rendimiento a comparación con la tasa de oportunidad (TIR>TO). Por su parte el VPN representa el valor que el proyecto genera a pesos de hoy, es decir, que debido a que el VPN >0 (8.600.982),



### ***Razón Corriente***

Este indicador determina financieramente la capacidad que tiene la empresa para cubrir sus obligaciones a un corto plazo.

<b>RAZON CORRIENTE PROYECTADO</b>					
	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
<b><u>Activo</u></b>					
<b><u>Corrientes</u></b>					
Caja General	4.660.000	5.520.000	5.230.000	5.460.000	5.950.000
Bancos	17.076.877	21.742.031	29.718.285	38.008.430	49.406.372
Inventario	2.668.160	1.599.710	1.298.280	1.215.628	1.185.123
<b><u>Total Corrientes</u></b>	<b><u>24.405.037</u></b>	<b><u>28.861.741</u></b>	<b><u>36.246.565</u></b>	<b><u>44.684.058</u></b>	<b><u>56.541.495</u></b>
<b><u>Pasivos</u></b>					
<b><u>Corrientes</u></b>					
Proveedores	1.560.000	1.780.000	1.930.000	1.754.000	1.833.000
Impuestos	1.375.265	2.101.059	3.584.496	4.846.240	6.672.806
<b><u>Total Corrientes</u></b>	<b><u>2.935.265</u></b>	<b><u>3.881.059</u></b>	<b><u>5.514.496</u></b>	<b><u>6.600.240</u></b>	<b><u>8.505.806</u></b>
<b>RAZON CORRIENTE</b>	<b>8,31</b>	<b>7,44</b>	<b>6,57</b>	<b>6,77</b>	<b>6,65</b>

Tabla 19. Razón corriente proyectado

Fuente: autores

Como se puede observar, el restaurante contaría con solvencia y capacidad de pago, lo cual sería una garantía; tanto para la empresa; como para los proveedores, ya que no tendrán problemas para cancelar sus deudas a corto plazo. Como se observa en la Tabla 19, para el año 2021 la empresa tendría un 8.31 pesos para pagar o respaldar su deuda, es decir su razón de cobertura indica que por cada peso de deuda la empresa tendrá 8, 31 pesos para responder a esa deuda. Se observa en los años siguientes que este índice disminuye, pero hasta un punto donde es suficiente para cubrir las obligaciones.

### ***Prueba Ácida***

Este indicador financiero nos permite determinar la disponibilidad de los recursos que posee el restaurante para cubrir los pasivos a corto plazo sin incluir sus inventarios, lo cual

supone que la empresa no debe estar sujeta a la venta de sus inventarios para poder pagar sus deudas. Para determinar este indicador se deberá restar el inventario a los activos corrientes y dividir entre el pasivo corriente.

<b>PRUEBA ÁCIDA PROYECTADA</b>					
	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
<b>Activo</b>					
<b>Corrientes</b>					
Caja General	4.660.000	5.520.000	5.230.000	5.460.000	5.950.000
Bancos	17.076.877	21.742.031	29.718.285	38.008.430	49.406.372
Inventario	2.668.160	1.599.710	1.298.280	1.215.628	1.185.123
<b>Total Corrientes</b>	<b>24.405.037</b>	<b>28.861.741</b>	<b>36.246.565</b>	<b>44.684.058</b>	<b>56.541.495</b>
<b>Pasivos</b>					
<b>Corrientes</b>					
Proveedores	1.560.000	1.780.000	1.930.000	1.754.000	1.833.000
Impuestos	1.375.265	2.101.059	3.584.496	4.846.240	6.672.806
<b>Total Corrientes</b>	<b>2.935.265</b>	<b>3.881.059</b>	<b>5.514.496</b>	<b>6.600.240</b>	<b>8.505.806</b>
<b>PRUEBA ÁCIDA</b>	<b>7,41</b>	<b>7,02</b>	<b>6,34</b>	<b>6,59</b>	<b>6,51</b>

Tabla 20. Prueba acida proyectado

Fuente: autores

Según lo que se observa en la Tabla 20, se puede determinar que el proyecto cuenta con capacidad de pago frente a sus pasivos a corto plazo, lo cual es una garantía para sus acreedores. Para el año 2021, por cada peso que se debe, dispone de 7,41 pesos para pagar, es decir, que el proyecto está en condiciones para pagar la totalidad de sus pasivos a corto plazo sin vender su inventario.

### **Indicador de endeudamiento**

Este indicador ayuda a determinar el grado de participación que tienen terceros externos sobre el restaurante, indica el porcentaje de recursos poseídos vía deuda externa. Para determinar esta razón se deberá dividir el Pasivo Total entre el Activo Total.

## INDICADOR DE ENDEUDAMIENTO PROYECTADO

	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Activo</b>					
<b>Corrientes</b>					
Caja General	4.660.000	5.520.000	5.230.000	5.460.000	5.950.000
Bancos	17.076.877	21.742.031	29.718.285	38.008.430	49.406.372
Inventario	2.668.160	1.599.710	1.298.280	1.215.628	1.185.123
<b>Total Corrientes</b>	<b>24.405.037</b>	<b>28.861.741</b>	<b>36.246.565</b>	<b>44.684.058</b>	<b>56.541.495</b>
<b>No Corriente</b>					
Maquinaria y equipo	39.204.147	39.204.147	39.204.147	39.204.147	39.204.147
Equipos de oficina	2.063.890	2.063.890	2.063.890	2.063.890	2.063.890
Depreciacion	3.964.302	7.928.604	11.892.906	15.857.208	19.821.510
<b>Total No corriente</b>	<b>37.303.735</b>	<b>33.339.433</b>	<b>29.375.131</b>	<b>25.410.829</b>	<b>21.446.527</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>61.708.772</b>	<b>62.201.174</b>	<b>65.621.696</b>	<b>70.094.887</b>	<b>77.988.022</b>
<b>Pasivos</b>					
<b>Corrientes</b>					
Proveedores	1.560.000	1.780.000	1.930.000	1.754.000	1.833.000
Impuestos	1.375.265	2.101.059	3.584.496	4.846.240	6.672.806
<b>Total Corrientes</b>	<b>2.935.265</b>	<b>3.881.059</b>	<b>5.514.496</b>	<b>6.600.240</b>	<b>8.505.806</b>
<b>No corriente</b>					
Obligaciones financieras	25.851.068	20.932.925	15.102.957	8.192.144	-
<b>Total No Corriente</b>	<b>25.851.068</b>	<b>20.932.925</b>	<b>15.102.957</b>	<b>8.192.144</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>28.786.334</b>	<b>24.813.984</b>	<b>20.617.453</b>	<b>14.792.384</b>	<b>8.505.806</b>
<b>ENDEUDAMIENTO</b>	<b>47%</b>	<b>40%</b>	<b>31%</b>	<b>21%</b>	<b>11%</b>

Tabla 21. Indicador de endeudamiento proyectado

Fuente: autores

Se puede terminar que para el primer año de cierre el endeudamiento es del 47%, indicando que de los activos con los que cuenta el proyecto un 47% están siendo financiados vía deuda. De igual manera se puede observar que para los siguientes años el indicador va disminuyendo debido a que la deuda financiera disminuirá gradualmente. Es importante que los socios tomen en cuenta que a la hora de solicitar un préstamo a terceros, la empresa esté en la capacidad de pagarlo, ya que sino se estarían comprometiendo los activos de la empresa.

## Indicador de rentabilidad

Por medio de los indicadores de rentabilidad, el restaurante podrá medir la capacidad que tiene para obtener beneficios, de igual manera podrá medir la efectividad de la administración de la empresa en cuanto al control de los costos y gastos, transformándolos en beneficios económicos. Para medir la rentabilidad se utilizan los indicadores de rentabilidad neta, margen operacional, margen bruto y margen neto.

### *Rentabilidad Neta*

Este indicador ayuda a medir la capacidad que tiene la empresa de obtener beneficios en relación al activo total con el que cuenta la empresa.

<b>Rentabilidad Neta</b>	=	$\frac{\text{Utilidad del periodo}}{\text{Activo Total}}$	
<b>Rentabilidad Neta</b> <b>2021</b>	=	$\frac{\$ 2.922.439}{\$ 61.708.772}$	= <b>5%</b>
<b>Rentabilidad Neta</b> <b>2022</b>	=	$\frac{\$ 4.464.751}{\$ 62.201.174}$	= <b>7%</b>
<b>Rentabilidad Neta</b> <b>2023</b>	=	$\frac{\$ 7.617.053}{\$ 65.621.696}$	= <b>12%</b>
<b>Rentabilidad Neta</b> <b>2024</b>	=	$\frac{\$ 10.298.260}{\$ 70.094.887}$	= <b>15%</b>
<b>Rentabilidad Neta</b> <b>2025</b>	=	$\frac{\$ 14.179.713}{\$ 77.988.022}$	= <b>18%</b>

Tabla 22. Rentabilidad Neta  
Fuente: autores

Como se observa en los cálculos realizados la empresa para el año 2021, obtendrá una rentabilidad del 5% sobre sus activos, la cual irá en crecimiento en el transcurso de los periodos



proyectados; llegando a 18% para el 2025, lo cual representa una garantía para sus socios; ya que; no representará ningún riesgo.

### ***Margen Operacional***

Este margen ayudará a medir el beneficio que se obtiene con relación a las ventas de la empresa, deduciendo los costos de venta y también los gastos administrativos, es decir, indica qué porcentaje de las ventas se convirtió en realidad en utilidad operacional.

<b>Margen Operacional</b>	=	$\frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas}}$	
<b>Margen Operacional</b>	=	$\frac{\$ 9.120.714}{\$ 167.164.128}$	= 5%
2021			
<b>Margen Operacional</b>	=	$\frac{\$ 10.619.608}{\$ 173.516.365}$	= 6%
2022			
<b>Margen Operacional</b>	=	$\frac{\$ 14.343.523}{\$ 184.612.736}$	= 8%
2023			
<b>Margen Operacional</b>	=	$\frac{\$ 17.205.598}{\$ 196.418.721}$	= 9%
2024			
<b>Margen Operacional</b>	=	$\frac{\$ 21.632.348}{\$ 208.979.698}$	= 10%
2025			

Tabla 23. Margen Operacional

Fuente: autores

Como muestran los cálculos el margen para el año 2021 es de 5%, lo que indica que solo ese porcentaje se convertirá en utilidad operativa, lo cual conlleva que el 95% son representados por los costos de venta y los gastos administrativos. Si bien un 5% no es significativo, por lo menos no es una cifra negativa. Es positivo observar que este margen va aumentando en el transcurso de los

años y es seguro que si se estudian e implementan nuevas estrategias para disminuir los costos este margen aumentará.

### ***Margen Bruto***

Este indicador permitirá conocer la rentabilidad de las ventas frente al costo de ventas y la capacidad de la empresa para cubrir los gastos operativos y generar utilidades antes de deducciones e impuestos.

$$\text{Margen Bruto} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de ventas}}{\text{ventas}}$$

$$\text{Margen Bruto}_{2021} = \frac{\$ 167.164.128 - \$ 98.331.840}{\$ 167.164.128} = 41\%$$

$$\text{Margen Bruto}_{2022} = \frac{\$ 173.516.365 - \$ 102.068.450}{\$ 173.516.365} = 41\%$$

$$\text{Margen Bruto}_{2023} = \frac{\$ 184.612.736 - \$ 108.301.430}{\$ 184.612.736} = 41\%$$

$$\text{Margen Bruto}_{2024} = \frac{\$ 196.418.721 - \$ 116.082.652}{\$ 196.418.721} = 41\%$$

$$\text{Margen Bruto}_{2025} = \frac{\$ 208.979.698 - \$ 123.030.504}{\$ 208.979.698} = 41\%$$

Tabla 24. Margen Bruto  
Fuente: autores

El margen bruto para todos los años es de 41%, lo cual es su capacidad porcentual para cubrir los gastos operativos y poder seguir generando utilidades, por otra parte, se puede deducir que los costos de venta del restaurante pesan el 59%.

### ***Margen Neto***

Este indicador refleja la capacidad de la organización para convertir los ingresos que recibe en beneficios. Dicho de otra manera, permite analizar si se está realizando un eficiente control frente a los costos y gastos.

<b>Margen Neto</b>	=	$\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Ventas}}$	
<b>Margen Neto</b>	=	$\frac{\$ 2.922.439}{\$ 167.164.128}$	= 2%
2021			
<b>Margen Neto</b>	=	$\frac{\$ 4.464.751}{\$ 173.516.365}$	= 3%
2022			
<b>Margen Neto</b>	=	$\frac{\$ 7.617.053}{\$ 184.612.736}$	= 4%
2023			
<b>Margen Neto</b>	=	$\frac{\$ 10.298.260}{\$ 196.418.721}$	= 5%
2024			
<b>Margen Neto</b>	=	$\frac{\$ 14.179.713}{\$ 208.979.698}$	= 7%
2025			

Tabla 25. Margen Neto  
Fuente: autores

En este caso se puede observar que en el primer año apenas se obtiene un 2%, pero va aumentando con el transcurso de los periodos, lo cual indica o permite asumir que existe una disminución de los gastos administrativos y operacionales desde el 2021 al 2025.

### **ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

Se realiza análisis de sensibilidad con el propósito de determinar las variaciones de algunos factores que pueden determinar el éxito o el fracaso del proyecto. Debido a que el costo de la materia prima es una variable fluctuante, se procedió a afectar el precio de venta en dos puntos

porcentuales, y conservando las demás variables, teniendo así un punto de vista optimista y otro pesimista:

PRECIOS	VPN	TIR
\$ 7.894	8.999.551	21%
\$ 7.739	8.600.982	16%
\$ 7.584	8.202.412	12%

Tabla 26. Análisis de sensibilidad teniendo en cuenta el precio de venta  
Fuente: autores

Con lo anterior se afirma que el estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida saludable presenta una sensibilidad moderada, esta información es una base fundamental para la toma de decisiones para los socios e inversionistas. Como se evidencia en la Tabla 26 los socios pueden notar que con la misma inversión el grado de riesgo es mínimo y además se puede observar que para los dos panoramas las utilidades se pueden comportar de manera muy diferente.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En la elaboración del presente proyecto, se ha logrado observar la posible dinámica de la implementación de un restaurante saludable “Molino Verde”, por lo tanto, se han recopilado conclusiones y recomendaciones a tener en cuenta en el estudio del proyecto, dado que, si se fortalecen todas aquellas variables se optimizará su funcionabilidad, o lo contrario, el no atenderlas presentaría falencias en el negocio en marcha.

Una de las variables que puede afectar en la prestación óptimo del servicio, son los precios ofrecidos en el menú y el cambio progresivo sobre la materia prima a utilizar, debido a que aumentan o regula su precio, esto dado a factores externos no controlables, como; afectaciones por el cambio climático, bloqueos en las vías, entre otros que afectan la economía. Ya que, el Departamento del Cauca es donde más bloqueos de vía se realizan en el año.

Otra variable muy importante, es la fomentación de hábitos alimenticios saludables, teniendo en cuenta las costumbres gastronómicas de la ciudad de Popayán. La implementación de un restaurante de comida saludable, es un reto, el cual se ha decidido llevar a cabo, confiando en la acogida del público, el estudio realizado y las estrategias planteadas.

Este proyecto contará con un punto estratégico, el cual lo diferencia de su competencia, la elaboración de productos saludables, que ayudarán la regulación de enfermedades causadas por el consumo de comida “*chatarra*”, si bien es cierto, que muchas de las materias primas a utilizar son conocidas por la comunidad, estas se preparan con estándares de calidad y una presentación agradable. Sin embargo, el punto fuerte del restaurante, será la preparación del producto final, ya que se realizarán con elementos naturales y de la región, permitiendo elaborar platos bajos en calorías y grasas saturadas, aportando así a la salud de la ciudadanía.

Dado lo anterior y para cumplir uno de los objetivos empresariales, el cual es lograr un posicionamiento en el mercado de comida saludables, se recomienda a los socios, implementar constantemente nuevas estrategias que permitan incrementar sus clientes, gracias al producto saludable ofertado, permitiendo así liderar este nicho de mercado.

Por otra parte, aporta al proyecto y lo distingue como una empresa amigable con el ecosistema, es la adopción de *platos ecológicos*, los cuales son elaborados a base de harina de trigo fortificada, azúcar, aceite vegetal, lecitina de soya y contiene gluten, lo cual permitirá crear conciencia en la ciudadanía y adoptar medidas que contribuyan al cuidado del medio ambiente.

Teniendo en cuenta lo anterior, es importante realizar una alianza estratégica fuerte con el proveedor de los platos ecológicos, con el propósito de promover consecutivamente esta idea innovadora, y así consolidar al restaurante no sólo por su comida saludable, sino también como una empresa que promueve el cuidado al medio ambiente.

Con el objetivo que la empresa se consolide como una de las mejores en su mercado, se recomienda que el establecimiento comercial, se ha adecuado acorde al producto a ofrecer, un lugar cálido, amigable, que su decoración sea realizada por un conocedor de la materia, para así, ofrecer un plus al servicio. Con todo lo anterior, se puede concluir que aparte de las variables ya mencionadas, se debe tener en cuenta que; la implementación de un restaurante de esta categoría es algo diferente a lo cotidiano, por lo cual, será un reto consolidarlo en su segmento, esto debido a las culturas del departamento Caucaño, en el cual, las personas dan poca importancia a una alimentación saludable y su gusto gastronómico poco saludable.

Si bien lo anterior es un aspecto importante en la ejecución del proyecto, no se puede obviar que el ser humano es de costumbre, de un raciocinio y una adaptabilidad a lugares y circunstancias. Por lo tanto, es de vital importancia, que todos aquellos clientes que visiten el

establecimiento de comercio reciban la mejor atención, de un lugar agradable y cómodo y así fortalecer los lazos de cliente y empresa.

Se puede concluir de manera gratificante y asertiva, que los resultados logrados a lo largo de este proyecto han sido buenos, ya que; esta idea de negocio es rentable y la inversión no es excesiva, lo cual tranquiliza a los inversionistas, pues su capital está seguro. En cuanto a las variables que podrían afectar el funcionamiento del local comercial, pueden mitigarse siempre y cuando se identifiquen, y se actué de manera oportuna, no obstante seguir promoviendo estrategias que ayuden a fortalecer todas aquellas debilidades que se identifiquen con el negocio en marcha.

## REFERENCIAS

- Alcaldía de Popayán. (2013). *popayan.gov*. Obtenido de <http://www.popayan.gov.co/>
- Alkosto. (2021). *alkosto.com*. Obtenido de <https://www.alkosto.com/>
- Beltrán, M., & Caicedo, P. (2019). Promoción de alimentación saludable en restaurantes: investigación cualitativa de estudio de casos colombianos. *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética*, 23(4), 240-251. Obtenido de <http://scielo.isciii.es/pdf/renhyd/v23n4/2174-5145-renhyd-23-04-240.pdf>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2020). *ccb*. Obtenido de [https://linea.ccb.org.co/ccbConsultasRUE/Consultas/RUE/consulta\\_empresa.aspx](https://linea.ccb.org.co/ccbConsultasRUE/Consultas/RUE/consulta_empresa.aspx)
- Código de Comercio. (1971). *ccb.org*. Obtenido de [www.ccb.org.co](http://www.ccb.org.co)
- Díaz, M., & Hernández, Y. (2019). Alimentación saludable y oferta de restaurantes. Una revisión de la evidencia reciente en la literatura. *Ciência & Saúde Coletiva*, 24(3), 853-86. Obtenido de <https://www.scielo.br/pdf/csc/v24n3/1413-8123-csc-24-03-0853.pdf>
- Exhibir Equipos. (2019). *exhibirequipos.com*. Obtenido de <https://exhibirequipos.com/>
- Falabella. (2020). *Falabella.com*. Obtenido de <https://www.falabella.com.co/falabella-co/>
- Flores, B., Castillo, J., Bailon, C., & Hormaza, N. (2017). *Proyecto de negocio sobre comida saludable*. (Trabajo de Grado). Universidad Peruana de Ciencias Aplicada. Perú. Obtenido de [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/622166/HORMAZA\\_CN.pdf?sequence=16&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/622166/HORMAZA_CN.pdf?sequence=16&isAllowed=y)
- Galán, R. (26 de octubre de 2015). *¿Por qué es tan importante la nutrición para la salud?* Obtenido de efesalud: <https://www.efesalud.com/por-que-es-tan-importante-la-nutricion-para-la-salud/>
- González, M., & Sánchez, L. (2016). *Plan de Negocios para la creación de un restaurante de comida saludable Péché S.A.S*. (Trabajo de Grado). Colegio de Estudios Superiores de Administración. Colombia. Obtenido de [https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/1657/TG\\_00476.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/1657/TG_00476.pdf?sequence=1&isAllowed=y)



Homecenter. (2021). *homecenter.com*. Obtenido de <https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/>

Inventtgroup. (2021). *Inventtgroup.com*. Obtenido de <https://inventtgroup.com/>

Ley 1258. (5 de diciembre de 2008). *redjurista*. Obtenido de [https://www.redjurista.com/Documents/ley\\_1258\\_de\\_2008\\_congreso\\_de\\_la\\_republica.aspx#/](https://www.redjurista.com/Documents/ley_1258_de_2008_congreso_de_la_republica.aspx#/)

MacMillan, N. (2017). Valoración de hábitos de alimentación, actividad física y condición nutricional en estudiantes de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. *Revista Chilena de Nutrición*, 34(4), 330-336. Obtenido de [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0717-75182007000400006](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-75182007000400006)

Maquininnovación. (2018). Obtenido de <https://lanotapositiva.com/parque-tayrona-respirar-animales?scroll=1&p=38>

Mercadolibre. (2021). *mercadolibre.co*. Obtenido de <https://www.mercadolibre.com/>

Secretaría de Salud del Cauca. (25 de septiembre de 2018). *saludcauca*. Obtenido de <https://saludcauca.gov.co/morbilidad>

## ANEXOS

### Anexo 1. Formato encuesta

#### FORMATO DE ENCUESTA


Nombre y apellidos \_\_\_\_\_ Edad \_\_\_\_ Sexo: F M

La presente encuesta tiene como objetivo identificar la viabilidad de implementar un restaurante de comida saludable a los habitantes y transeúntes en el centro de la ciudad de Popayán,

Marque con una X la respuesta que considera indicada. Preguntas con única respuesta

- |  |  |
|--|--|
| <p>1) ¿Cree usted que tienen hábitos alimenticios saludables?</p> <p>a) Si</p> <p>b) No</p>  | <p>6) Las veces que ha frecuentado un restaurante en el centro de Popayán lo ha realizado para el consumo de:</p> <p>a) Desayunos</p> <p>b) Almuerzos</p> <p>c) Cena</p> <p>d) Todas las anteriores</p>  |
| <p>2) ¿En la semana con qué frecuencia usted asiste a restaurantes ubicados en el centro de la ciudad?</p> <p>a) De 1 a 2 veces</p> <p>b) De 3 a 4 veces</p> <p>c) Más de 4 veces</p> <p>d) No consume</p> | <p>7) ¿Si se ofrece un servicio de restaurante de comidas saludable en el centro de Popayán, usted asistiría?:</p> <p>a) Definitivamente</p> <p>b) Probablemente</p> <p>c) No está seguro</p> <p>d) No lo visitaría</p>                                |
| <p>3) ¿Considera usted importante la atención del cliente?</p> <p>a) Si</p> <p>b) No</p> <p>c) En ocasiones</p>  | <p>8) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato de comida saludable?</p> <p>a) De \$7.000 a \$10.000</p> <p>b) De \$10.050 a \$13.000</p> <p>c) De \$13.050 a \$16.000</p> <p>d) Más de 16.000</p>  |
| <p>4) ¿Cuándo usted adquiere cualquier tipo de alimentos se informa de su contenido nutricional?</p> <p>a) Siempre</p> <p>b) En ocasiones</p> <p>c) Es irrelevante</p>                                     | <p>9) ¿Qué características tiene usted en cuenta al momento de ir a un restaurante de comida saludable? (marque las que considere necesarias)</p> <p>a) Presentación de los platos</p> <p>b) Ambientación del lugar</p> <p>c) Productos utilizados</p> |
| <p>5) ¿Con qué frecuencia consume frutas y verduras a la semana?</p> <p>a) De 1 a 3</p> <p>b) De 4 a 7</p> <p>c) Más de 7</p> <p>d) No consume</p>   |  |

**Anexo 2. Formato solicitud de visita sanitaria**

	ALCALDIA DE POPAYAN	F-GS-SP-SA1-07
	SOLICITUD DE VISITA SANITARIA	Versión: 07 Página 1 de 1

Doctor(a):  
Secretario(a) de Salud Municipal  
La Ciudad

Cordial saludo,

En cumplimiento de lo establecido en la Ley 9 de 1979, me permito solicitar la visita sanitaria, con el fin de establecer concepto sanitario (favorable, favorable condicionado y o desfavorable) del siguiente establecimiento:

Nombre del Establecimiento (Como registra en Cámara de Comercio): \_\_\_\_\_

Dirección del establecimiento \_\_\_\_\_

Barrio: \_\_\_\_\_ Comuna: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ Horario de atención: \_\_\_\_\_

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Actividad del establecimiento (Como registra en Cámara de Comercio): \_\_\_\_\_

Información del representante legal del establecimiento:  
 Persona Natural  persona Jurídica:

Nombre y Apellidos: \_\_\_\_\_

No. de Cédula / Nit: \_\_\_\_\_

Los siguientes documentos son requisito obligatorio para obtener concepto sanitario favorable, por lo cual deben ser anexados a la presente solicitud.

- Certificado de Cámara de Comercio
- Certificado de Seguridad expedida por bomberos
- Certificado de fumigación

Manifiesto haber leído, entendido y aceptado dichos requerimientos.

Atentamente,


Nombre del Peticionario: \_\_\_\_\_

Número de Cédula: \_\_\_\_\_

No. de Celular /teléfono: \_\_\_\_\_


El concepto sanitario se entregará al peticionario en el momento de cumplir con los requisitos verificados en la inspección efectuada por la Secretaria de Salud Municipal, según la normativa sanitaria vigente.

## Anexo 3. Solicitud de uso de suelo

	<b>ALCALDIA DE POPAYÁN</b> <b>OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN</b>	F-GOT-192-02
	<b>SOLICITUD DE USO DE SUELO</b>	Versión: 01 Página: 1 de 1

Radicación N°:		Fecha: <u>  </u> día / <u>  </u> mes / <u>  </u> año	
Nombre del establecimiento:			
Tiempo de funcionamiento:	Días:	Meses:	Años:
Propietario y/o representante legal:			
Cedula de ciudadanía No:	De:		
NIT No:	De:		
Dirección del establecimiento:	Teléfono:		
Barrio:	Vereda: <i>(anexar recibo predial)</i>		
Actividad principal:			
Actividad secundaria:			
Capital inicial del establecimiento: \$			
_____ Firma del propietario y/o del representante legal			
Fecha visita: <u>  </u> día / <u>  </u> mes / <u>  </u> año		_____ Firma supervisor	

## Anexo 4. Inscripción y Registro de Manipuladores de alimentos

	ALCALDIA DE POPAYAN SECRETARIA DE SALUD MUNICIPAL	F-GS-160-17
	INSCRIPCIÓN Y REGISTRO DE MANIPULADORES DE ALIMENTOS	Versión: 04 Página: 1 de 1

DATOS DEL MANIPULADOR	
Nombres completos	
Apellidos completos	
Documento de identificación	
Nombre del establecimiento donde labora	
Actividad que realiza	
Dirección del establecimiento	
Teléfono del establecimiento	
Fecha de capacitación	
Número de carnet (si es renovación)	No _____ de _____ Vigencia _____

DATOS DEL CAPACITADOR	
Nombres y Apellidos	
No Resolución de Aprobación	

RECONOCIMIENTO MÉDICO	
(ESPACIO EXCLUSIVO PARA DILIGENCIARLO POR EL MÉDICO QUE INTERPRETA LOS RESULTADOS DE EXÁMENES DE LABORATORIO DE MANIPULADOR DE ALIMENTOS)	
Se requiere de un reconocimiento médico, según lo estipulado en la RESOLUCION 2674 DE 2013, en su CAPITULO II. PERSONAL MANIPULADOR DE ALIMENTOS, ARTICULO 11. ESTADO DE SALUD. a. El personal manipulador de alimentos debe haber pasado por un reconocimiento médico antes de desempeñar esta función.	
CERTIFICO QUE; HOY ___ / ___ / ___ EL (A) SEÑOR(A) _____ IDENTIFICADA CON CC No _____ ES UNA PERSONA APTA PARA MANIPULAR ALIMENTOS.	
_____ FIRMA Y SELLO DEL MEDICO	

AQUÍ FOTOCOPIA DE LA CÉDULA:

## Anexo 5. Auto declaración Sayco -Acinpro

**AUTODECLARACION**
 Certificado  
 No SG 2015002502

 Señores  
**ORGANIZACIÓN SAYCO ACINPRO**  
 Ciudad \_\_\_\_\_

Ciudad \_\_\_\_\_, Fecha \_\_\_\_\_

Visita Número: \_\_\_\_\_

Cordial Saludo,

CODIGO: \_\_\_\_\_

De la manera más atenta nos permitimos solicitar la Autorización de uso por la comunicación al público de obras musicales, y almacenamiento (reproducción/fijación) o grabación de fonogramas y videos musicales, a través de medios como la radio, televisión, equipos eléctricos, electrónicos o digitales conocidos o por conocerse y que sirvan para tal fin (Derechos de autor y conexos), que se cause en el negocio denominado \_\_\_\_\_ con CC. ó Nit \_\_\_\_\_, ubicado en la \_\_\_\_\_, Barrio \_\_\_\_\_ de la Ciudad o Municipio de \_\_\_\_\_ en estrato \_\_\_\_\_ el cual ejerce la actividad de \_\_\_\_\_ Con Atención los días **L M M J V D D** en horario de \_\_\_\_\_ y Fecha de apertura al público a partir de \_\_\_\_\_, consta de las siguientes características:

MEDIOS DE COMUNICACIÓN - REPRODUCCIÓN - ALMACENAMIENTO			
RADIO	MIRE COMPONENTE		ALMACENAMIENTO EXTERNO
GRABADORA	ROCIOLA		IPOD - IPAD - TABLETAS
EQUIPO DE SONIDO	VIDEO ROCIOLA		MUSICA AMBIENTAL
CONSOLA DE SONIDO	TELEVISION		OTROS
REPRODUCTOR CD - DVD	PROYECTOR O VIDEO BEAM		OTROS
REPRODUCTOR MP3 - MP4	COMPUTADORES (Escritorio - Portatil)		NINGUNO
CAPACIDAD LOCATIVA			
AREA METROS CUADRADOS	No. PERSONAS		No. HABITACIONES
No. SALAS DE ESPERA O COMUNES	No. SILLAS		No. CAMAS
No. LOCALS COMERCIALES	No. BAFLES O PARLANTE		No. ESTRELLAS (Alojamiento)
No. MESAS DE BILLAR	UTILIZA VIDEOS MUSICALES		COSTO HABITACIONES (MILES \$)
No. SALONES O CANCHAS FUTBOL	No. CANCHAS DE TENIS		UTILIZA VIDEOS INSTITUCIONALES
NOMBRE E TITULOS DE CANCIONES MAS UTILIZADAS EN SU ESTABLECIMIENTO O LOS PROGRAMAS DE TV			

Declaro bajo la gravedad del juramento que lo antes manifestado es cierto y que conozco la existencia de las Leyes 23 de 1982, 44 de 1993 y la Decisión Andina 351 de 1993, que trata sobre los Derechos de Autor y derechos conexos.

De otra parte autorizo a la Organización Sayco Acinpro para que verifiquen la información del negocio consignada en este documento, si así lo considera, y en caso de no ser cierto lo aquí denunciado por mí, apruebo la recategorización de la tarifa del negocio con los datos reales plasmados en la visita.

Yo \_\_\_\_\_, autorizo a la Organización Sayco Acinpro de manera escrita y expresa, concreta, suficiente, voluntaria e informada, para que toda la información personal actual y la que se generará en el futuro fruto de las relaciones comerciales y/o contractuales establecidas en la Ley 23 de 1982 y 1801 del 2016, sea manejado en los términos de la Ley 1581 de 2012 referente al Tratamiento de datos personales. Autorizo a la Organización Sayco Acinpro para que mis datos sean incorporados en un registro automatizado con una finalidad exclusivamente administrativa y en cumplimiento de mi objeto social.

Firmado en \_\_\_\_\_, a los \_\_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_.

Atentamente,

Nombre Claro: \_\_\_\_\_

C.C. o Nit: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_


Email: \_\_\_\_\_

Celular: \_\_\_\_\_

**NOTA: ESTE DOCUMENTO NO TIENE VALIDEZ ANTE LAS AUTORIDADES DE CONTROL Y DE NINGUNA MANERA AUTORIZA EL USO DEL REPERTORIO REPRESENTADO POR LA OSA, SU CARÁCTER ES CON FINES INFORMATIVOS PREVIO A LA GENERACIÓN DE LA RESPECTIVA AUTORIZACIÓN.**

\*\* FAVOR ANEXAR COPIA DE LA CAMARA DE COMERCIO\*\*


Anexo 6. Solicitud de afiliación de empleador Comfacauca



**comfacauca**  
al servicio del trabajador y su familia  
NT: 89.586.93-0

**PROMOCIÓN Y CONTROL DE APORTES**

**SOLICITUD DE AFILIACIÓN DE EMPLEADOR**



**SISTEMA GESTIÓN DE CALIDAD**

---

**Parte A DATOS DEL EMPLEADOR**

Nombre o Razón Social (Cero Fijos en el R.U.L.T.)		NT <input type="checkbox"/> C.C. <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> T.J. <input type="checkbox"/> O.T.
Sigla o Nombre Comercial		Código Actividad Económica (C.A.E.)
Nombre del Representante Legal		CC <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASP <input type="checkbox"/>
Dirección donde presta el servicio (Calle, No. y Ciudad)		Municipio
Teléfono y/o celular		E-mail
Otra opción para envío de correspondencia		Departamento
Teléfono y/o celular		Ciudad o Municipio
E-mail		
Jefe de Recursos Humanos		Teléfono y/o celular
E-mail		
Funcionario que Tramita Pago de Aportes		Teléfono y/o celular
E-mail		

**CLASE DE EMPLEADOR**

<b>PÚBLICO</b> <input type="checkbox"/> Entidades Territoriales <input type="checkbox"/> Economía Mixta <input type="checkbox"/> Empresas Oficiales de Servicios Públicos <input type="checkbox"/> Otro: _____	<b>PRIVADO</b> <input type="checkbox"/> Persona Natural <input type="checkbox"/> Sociedad Comercial <input type="checkbox"/> Empresa Unipersonal <input type="checkbox"/> Cooperativa <input type="checkbox"/> S.A.S. <input type="checkbox"/> Servicio Doméstico <input type="checkbox"/> Fundación <input type="checkbox"/> Otro: _____	<b>CONTRATISTA</b> <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> C.A. <input type="checkbox"/> Consorcio <input type="checkbox"/> Asociación
--	---	--

**TAMAÑO DE LA EMPRESA**

Microempresa  Pequeña  Mediana  Grande

---

**PARTE B DATOS SOBRE AFILIACIÓN**

No. Trabajadores en el Departamento de Cauca	¿Solicitó Afiliación o Constitución por Primera Vez?	Ciudad o Municipio del Cauca donde se desarrolla la actividad.
	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	

Solicitud Asignación de Clave Págs Web

Información Persona Responsable de la Cuenta

Nombre y Apellidos \_\_\_\_\_ E-mail \_\_\_\_\_

Cargo \_\_\_\_\_

Tipo y No. de Identificación \_\_\_\_\_

**USO EXCLUSIVO DE COMFACAUCA**

VALOR DE LA MONEDA DEPARTAMENTO DEL CAUCA (Tipo Demográfico - EC)	VALOR CORRESPONDIENTE A: AVO <input type="checkbox"/> MCO <input type="checkbox"/>	FECHA DE AFILIACIÓN Y PAGO DE APORTES AVO <input type="checkbox"/> MCO <input type="checkbox"/> DIA <input type="checkbox"/>
---	---	---

---

**PARTE C DECLARACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL**

Yo suscrito \_\_\_\_\_ CC  C.E.  T.J.  No. \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

En nombre propio como persona natural en mi carácter de representante legal de esta empresa, solicito a la Caja de Compensación Familiar del Cauca - COMFACAUCA, la afiliación de la empresa que represento y el favor aceptada me comprometo a cumplir y respetar todas las normas de COMFACAUCA, así como las disposiciones legales que se refieren al Subsidio Familiar. Acepto de antemano que la verificación por parte de la empresa de cualquier de estas normas, da derecho a COMFACAUCA para ordenar la suspensión de la empresa afiliada.

La responsabilidad en cuanto al subsidio familiar, queda limitada para la Caja desde el momento de la afiliación y pago de los aportes por parte del empleador, tanto que la empresa sea desahucada por cualquier motivo.

\_\_\_\_\_  
Firma del Representante Legal y Sello del Empleador

---

**PARTE D REQUISITOS PARA EL TRAMITE DE INSCRIPCIÓN**

1. Formulario de solicitud de afiliación de empleador en original y copia 2. Sobre Constitución: * Fotocopia del documento de identidad, cuando se trate de Persona Natural o Representante Legal * Fotocopia del R.U.L.T. * Certificado de Existencia y Representación Legal, expedido por la autoridad competente * Certificado de Paz y Salvo en el caso de afiliación anterior a esta Caja de Compensación. 3. Sobre Nómina: * Fotocopia de la lista nómina o repórtel de trabajadores con sus respectivos nombres, documento de identificación, fecha de ingreso al área y/o Reporte de pago seguridad social P.L.A.	<b>SELLO RADICADOR COMFACAUCA</b>
--	-----------------------------------

**OBSERVACIONES**

---

**RADICACIÓN COMFACAUCA**

RECIBE	AUTORIZA	RECITA	DIGITALIZA
NOMBRE: _____	NOMBRE: _____	NOMBRE: _____	NOMBRE: _____
FECHA: _____	FECHA: _____	FECHA: _____	FECHA: _____

**IMPRESOR: COMFACAUCA POPAYÁN - Calle 2N No.5A-54 Barrio Modelo, P.B. (032) 231868 Ext. 120-321 FAX: 8003081 Correo Electrónico: subsidecoporles@comfacauca.com**

**SANTANDER DE GUILICHAD: Calle 1 No. 348 Tel. (032) 6262183 I PUERTO TEJADA: Cra. 20 No. 16 -25 Br. El Centro Tel. (032) 6262168 - 6262438**

**EL BORDO: Cra 7 No. 4-33 Tel. (032) 6262111 I GUAPI: Calle 6 Vía Principal Col. 3164851193 I MIRANDA: Calle 7 138 No. 51-73 Tel. (032) 8470338**

[www.comfacauca.com](http://www.comfacauca.com)

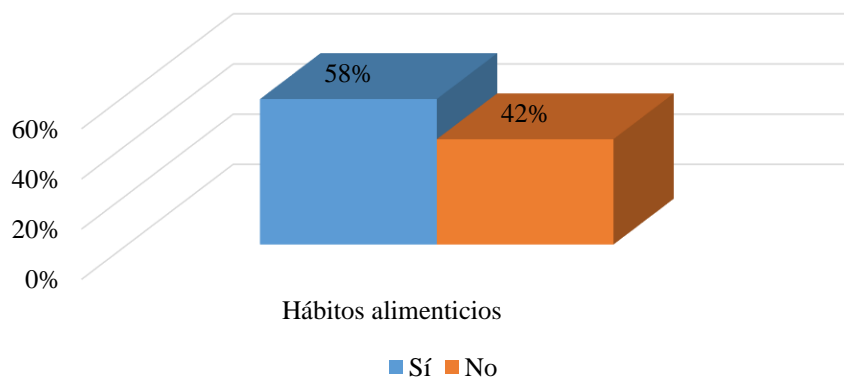
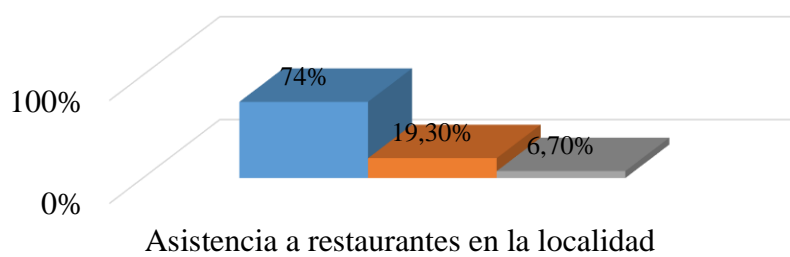
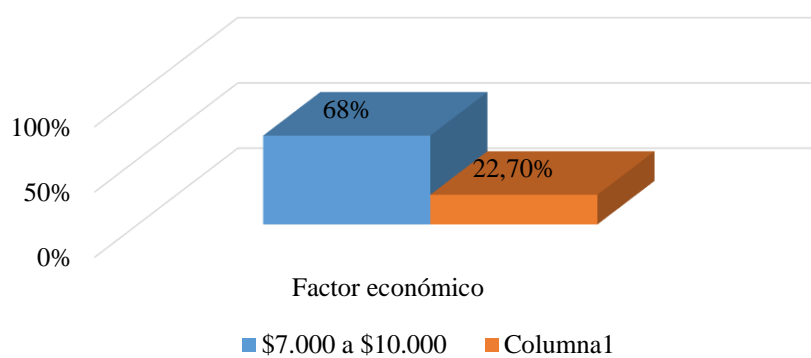
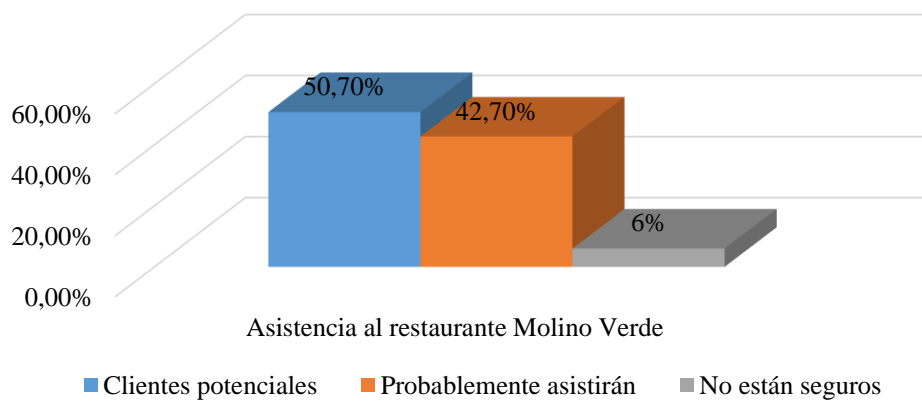
VERSIÓN 2 | Mayo 02 de 2017

Vinculado SuperSubsidio





## Anexo 8. Resultados obtenidos de la encuesta



### Anexo 8. Precios de mercado de materia prima

<b>Materia prima (principales productos)</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Precio de mercado</b>
<b>Pechuga de pollo</b>	Kilo	\$ 8.000
<b>Arveja (cascara)</b>	Libra	\$ 2.900
<b>Arroz integral (Royal blend)</b>	Gramo	\$39,04
<b>Papa parda</b>	Libra	\$ 450
<b>Lechuga Batavia</b>	Libra	\$ 1.200
<b>Tomate</b>	Libra	\$ 990
<b>Zanahoria</b>	Libra	\$ 700
<b>Carne (bola)</b>	Libra	\$ 7.500
<b>Aguacate</b>	Libra	\$ 13,71
<b>Champiñón entero</b>	Gramo	\$ 1.600
<b>Melón</b>	Libra	\$1.000
<b>Pescado</b>	Libra	\$ 5.000
<b>Espinaca</b>	Libra	\$ 1.000
<b>Papaya</b>	Libra	\$ 700
<b>Aceite de oliva</b>	Mililitro	\$57.99
<b>Sal (Refisal)</b>	Gramo	\$1,55
<b>Harina de Pan</b>	Gramo	\$3,29
<b>Huevos</b>	Unidad	\$300
<b>Pimienta molida</b>	Gramo	\$88,28
<b>Ajo</b>	Libra	\$ 6.900
<b>Cebolleta</b>	Libra	\$ 590
<b>Hiervas (tomillo – perejil – orégano- romero - cilantro)</b>	Atado	\$3.000

### Anexo 9. Costos estimados de producción por plato

Productos	Menú lunes	Menú martes	Menú miércoles	Menú jueves	Menú viernes
Crema de Pollo	\$450				
Crema de Espinaca		\$450			
Sopa de verduras			\$650		
Sopa de fideos				\$550	
Crema de tomate					\$520
Carne encebollada	\$1.980				
Bistec a caballo			\$1.950		
Filete de basa a la plancha					\$1.667
Pechuga a la plancha				\$1.950	
Pollo a la parmesana		\$1.985			
Arroz integral	\$310	\$310			
Arveja salteada	\$820				
Criollitas al horno			\$700		
Papa gratinada				\$410	
Zuquini			\$580		
Ensaladas	\$650	\$645	\$620	\$600	
Jugo del día	\$700	\$700	\$700	\$700	\$700
Torta de verdura					\$950
Guacamole					\$650
<b>TOTAL</b>	<b>\$4.910</b>	<b>\$4.090</b>	<b>\$5.200</b>	<b>\$4.210</b>	<b>\$4.487</b>

### Anexo 10. Cronograma de actividades





**MENÚ DE ALMUERZO**

### LUNES

- Crema de pollo
- Carne encebollada
- Arroz integral
- arveja verde salteada
- lechuga crespas + champiñones + agucate
- jugo del día

### MARTES

- Crema de espinaca
- Pollo a la parmesana
- Arroz integral
- Ensalada californiana
- Tomate + lechuga + cebolla
- jugo del día

### MIÉRCOLES

- Sopa de verduras
- Bistec a caballo
- criollitas al horno
- Zuquini verde y amarillo
- Lechuga batavia + zanahoria + espinaca + tomate
- Jugo del día

### JUEVES

- Sopa de fideos
- Pechuga a la plancha
- Papa gratinada
- Mix de verduras
- Lechuga batavia + rodaja de tomate
- jugo del día

### VIERNES

- Crema de tomate
- Filete de basa a la plancha
- Torta de verdura
- Guacamoles
- jugo del día

DOMICILIO 8303030 - 3106454578  
WWW.MOLINOVERDE.COM

