

PLAN DE NEGOCIOS ENFOCADO A LA VIABILIDAD DE RESTAURANTE DE COMIDA
SALUDABLE CON PRODUCTOS ORGANICOS PARA NUESTROS CLIENTES EN LA
CIUDAD DE VILLAVICENCIO

ORGANICO Y SALUDABLE



SERGIO ANDRES LOPEZ RODRIGUEZ



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
VILLAVICENCIO

2024

PLAN DE NEGOCIOS ENFOCADO A LA VIABILIDAD DE RESTAURANTE DE COMIDA
SALUDABLE CON PRODUCTOS ORGANICOS PARA NUESTROS CLIENTES EN LA
CIUDAD DE VILLAVICENCIO

ORGANICO Y SALUDABLE

SERGIO ANDRES LOPEZ RODRIGUEZ

Trabajo de grado en la modalidad creación de empresa o proyecto de emprendimiento

Asesor

Mg. LORENA ESPERANZA MOLANO MÁRQUEZ

Magister en administración de negocios

Ing. PhD. JEAN PAUL SERRANO MANRIQUE

Doctor en Doctorado en Estudios del Desarrollo Global

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD INGENIERÍA INDUSTRIAL
VILLAVICENCIO

2024

Autoridades Académicas

P. Álvaro José ARANGO RESTREPO, O.P.

Rector General

P. Mauricio Antonio CORTÉS GALLEGO, O.P.

Vicerrector Académico General

P. José Antonio BALAGUERA CEPEDA, O.P.

Rector Seccional Villavicencio

P. Rodrigo GARCÍA JARA, O.P.

Vicerrector Académico Seccional Villavicencio

Mg. JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria General Seccional Villavicencio

Mg. HECTOR MANUEL AVILA SIERRA

Decano de la Facultad de Ingeniería Industrial

Resumen

El presente documento presenta plan de negocios Orgánico y Saludable, la cual consiste en ser un restaurante donde ofrece platos de comida saludable donde se trabajará con productos orgánicos y se ofrecerá por medio de la aplicación, donde se e implementarlos en nuestros platos de comida saludable. Orgánico y saludable ofrece a los clientes el servicio a domicilio ya que no es una empresa que tiene un punto físico, sino que trabajara de manera virtual. Este proyecto va dirigido para las personas que deseen cambiar su estilo de vida en cuanto a su nutrición, sus hábitos alimenticios, comer algo distinto y que estará enfocado en la ciudad de Villavicencio.

Abstract

This document presents Organic and Healthy business plan, which consists of being a restaurant that offers healthy food dishes where we will work with organic products and will be offered through the application, where we will implement them in our healthy food dishes. Organic and healthy offers customers the service at home since it is not a company that has a physical point, but will work virtually. This project is aimed at people who want to change their lifestyle in terms of nutrition, eating habits, eating something different and will be focused on the city of Villavicencio.

Tabla de contenido

Introducción	12
1. Nombre de la empresa y actividad económica	14
2. Oportunidad de negocio.....	15
3. Lienzo canvas	16
3.1. Matriz Dofa	17
3.2. Matriz pestel.....	18
4. Alcance o delimitación	19
5. Objetivos.....	20
5.1. Objetivo General	20
5.2. Objetivos específicos.....	20
6. Estudio de mercado	21
6.1. Descripción del producto servicio.....	21
6.1. Muestra empresarial	22
6.2. Productos, máquinas y equipos	23
6.3 Servicios	23
7. Análisis del sector industrial.....	24
8. Definición y análisis del mercado objetivo.....	25
8.1 Análisis de la competencia	27
8.2. Estrategia de benchmarking	31
8.3. Análisis de canales de distribución	32
8.4. Definición y análisis de estrategias de precio	32
8.5. Definición y análisis de estrategia de promoción.....	33

8.6. Definición y análisis de estrategia de comunicación	33
8.7. Simulación de toma de pedidos.....	34
9. Pronóstico de demanda.....	35
9.1. Cuestionario	36
9.2. Marketing Mix.....	38
10. Estudio técnico.....	40
10.1. Análisis de proveeduría.....	40
10.2 Estudio de requerimientos de maquinaria, equipos y tecnología	41
10.3. Descripción del producto productivo o del servicio.....	46
10.4. Estimación de teoría de cola.....	50
10.5. Diseño y análisis de planta	51
11. Plan de producción.....	52
11.2. Costeo de la producción	53
11.3. Costo total de materia prima	56
12. Estructura organizacional.....	59
12.1. Misión.....	59
12.2. Visión	59
12.4. Estructura legal – jurídica	60
12.5. Planeación estratégica	60
12.6. Objetivos estratégicos	61
12.7. Estructura orgánica y requerimientos de personal	61
12.8. Sueldo de los trabajadores.....	62
12.9. Manual de funciones	62

13. Análisis de costos y gastos administrativos	68
14. Estudio financiero	69
14.1. Análisis de inversión	69
14.2. Presupuesto de ingresos	70
14.3. Presupuesto de egresos.....	72
14.4. Presupuesto de efectivo.....	72
14.5. Estados de ganancias y perdidas	73
14.6. Balance general	74
14.7. Indicadores y evaluación financiera.....	74
15. Análisis de impactos	75
15.1. Impactos económicos	75
15.2. Impactos sociales.....	75
15.3. Impactos ambientales	75
16. Conclusiones.....	76
Referencias.....	77

Lista de figuras

Figura 1. Modelo canvas. _____	16
Figura 2. Matriz DOFA. _____	17
Figura 3. Matriz Pestel _____	18
Figura 4. Carta Menú _____	21
Figura 5. Muestra empresarial _____	22
Figura 6. Muestra empresarial _____	22
Figura 7. Muestra empresarial _____	22
Figura 8. Grafica acogida comida saludable. _____	24
Figura 9. Encuesta _____	26
Figura 10. Encuesta _____	26
Figura 11. Avemaría _____	28
Figura 12. Menú Delicious _____	28
Figura 13. Combo Delicious _____	29
Figura 14. Menú Freshii _____	30
Figura 15. Bowls Freshii _____	30
Figura 16. Encuesta calificación de platos _____	31
Figura 17. Encuesta _____	32
Figura 18. Simulación de pedidos _____	34
Figura 19. Simulación de pedidos _____	34
Figura 20. Cuestionario _____	36
Figura 21. Cuestionario _____	36
Figura 22. Cuestionario _____	36
Figura 23. Cuestionario _____	37
Figura 24. Cuestionario _____	37
Figura 25. Cuestionario _____	37
Figura 26. Cuestionario _____	37
Figura 27. 4P _____	39
Figura 28. Empresa Moringa logo _____	40

Figura 29. Taeq logo _____	40
Figura 30. Caja registradora _____	41
Figura 31. Refrigerador _____	41
Figura 32. Kit sartén _____	42
Figura 33. Horno _____	42
Figura 34. Estantería _____	43
Figura 35. Lavaplatos _____	43
Figura 36. Licuadora _____	44
Figura 37. Kit de cuchillos _____	44
Figura 38. Mesa y sillas _____	45
Figura 39. Rallador _____	45
Figura 40. Mesa de trabajo _____	45
Figura 41. Mesa de trabajo _____	46
Figura 42. Mesa de trabajo _____	47
Figura 43. Mesa de trabajo _____	48
Figura 44. Mesa de trabajo. _____	49
Figura 45. Teoría de cola _____	50
Figura 46. Diseño y análisis de planta _____	51
Figura 47. Estimación _____	52
Figura 48. Desayuno 1 _____	53
Figura 49. Desayuno 2 _____	53
Figura 50. Desayuno 3 _____	54
Figura 51. Almuerzo 1 _____	54
Figura 52. Almuerzo 2 _____	55
Figura 53. Almuerzo 3 _____	55
Figura 54. Desayuno 1 _____	56
Figura 55. Desayuno 2 _____	56
Figura 56. Desayuno 3 _____	57
Figura 57. Almuerzo costo materia prima _____	57
Figura 58. Almuerzo 2 _____	58
Figura 59. Almuerzo 3 _____	58

Figura 60. Logo Orgánico y saludable _____	60
Figura 61. Organigrama _____	61
Figura 62. Sueldo de los trabajadores _____	62
Figura 63. Manual de funciones _____	62
Figura 64. Manual de funciones _____	63
Figura 65. Manual de funciones _____	64
Figura 66. Manual de funciones _____	65
Figura 67. Manual de funciones _____	66
Figura 68. Gastos _____	68
Figura 69. Gastos de venta y marketing _____	68
Figura 70. Arriendo y servicio de agua. _____	68
Figura 71. Análisis de inversión _____	69
Figura 72. Estimación y beneficio _____	70
Figura 73. Beneficios de los platos venta _____	70
Figura 74. Ingresos _____	71
Figura 75. Egresos _____	72
Figura 76. Presupuesto primer año _____	73
Figura 77. Estado de resultados _____	73
Figura 78. Balance general _____	74
Figura 79. Indicadores _____	74

Introducción

La mala nutrición, es uno de los grandes problemas que ha tenido el ser humano y que se ve afectado en nuestro diario vivir, el cual, conlleva a futuro a tener problemas y generar enfermedades en nuestro cuerpo que se verán afectados al no nutrirnos como se debe. *“De acuerdo con la organización mundial de salud, en cada año fallecen alrededor de 2,8 millones de personas por obesidad. En Colombia, el 60% de la población adulta, tiene malas costumbres a la hora de ingerir un alimento, en donde producen enfermedades como anemia, obesidad, desnutrición, diabetes, osteoporosis, entre otros”*. [1].

A nivel mundial, se está generando una gran cantidad de personas al año que mueren por los malos hábitos alimenticios. A su vez, si la persona conlleva una vida rutinaria y posee sedentarismo, esto produce muchas muertes a nivel mundial. En Colombia, las personas adultas obtienen el 60% de malos hábitos en la comida, donde muchas de las ocasiones, la persona opta por comidas rápidas, e incluso, no dejan horarios establecidos para tener una alimentación balanceada, lo cual, genera enfermedades a futuro si se consumen en exceso.

En la actualidad, todos los seres humanos hemos atravesado una pandemia, en donde el COVID produjo muchas consecuencias en donde estuvimos encerrados y teníamos que cuidarnos, de no exponernos y de no contagiarnos. Las personas estaban resguardadas en sus casas, y al hacer el trabajo desde su hogar, el estudio, entre otras, se produjo a comprar productos los cuales, afectaba a nuestro cuerpo ya que se consumía muchas grasas, condimentos, comidas y estábamos agobiados en nuestra casa, que, al estar encerrados, nos llevó a tener una vida sedentaria y aumentar nuestro peso.

Además, el uso del celular, se ha convertido en un medio indispensable en la actualidad, *“donde este es un punto principal de acceso a internet donde todos pueden acceder información, con un promedio del 80% donde el tiempo de uso este asociado con las aplicaciones por medio del celular”* [2].

Sin embargo, en el mercado, utilizar e implementar la tecnología en un modelo de negocio, es muy útil donde el mundo está cambiando y todo se utiliza para encontrar información a base de la web. Para poder competir de manera global, donde los clientes, espectadores, entre otros, es necesario implementar canales por medio de apps, aplicaciones, comunicaciones digitales, el cual, el cliente obtenga información a base de lo que da a conocer el modelo de empresa.

Surgió la idea de negocio “Orgánico y Saludable”, con la cual se pretende contribuir a mejorar la calidad de vida de los clientes. En la ciudad de Villavicencio, no hay tanta competitividad en cuanto a empresas que ofrezcan comidas saludables y que, por medio de nuestro valor diferencial, la empresa Orgánico y Saludable, quiere brindar a nuestros clientes platos de comida con productos orgánicos, de mostrar los beneficios que le puede brindar nuestros platos y no acostumbrarnos a llevar una vida llena de comida chatarra que no nos produce y nos lleva consecuencias en mediano y largo plazo.

Esta empresa ofrecerá platos de comida saludable donde se divide en dos líneas, en desayunos y almuerzos, donde se mostrará una variedad en nuestros platos de comida saludable, buena presentación del plato, calidad en los productos, domicilio a cualquier parte de la ciudad de Villavicencio. Cabe resaltar que esta empresa no tendrá un establecimiento específico a público abierto, sino que trabajara de manera virtual y se te hace llegar el producto a cualquier parte de la ciudad.

1. Nombre de la empresa y actividad económica

Orgánico y saludable surge de crear una experiencia saludable, donde transmita nuestras raíces como empresa y ofrecer a nuestros clientes lo importante que es consumir productos orgánicos que enriquecen nuestro cuerpo humano. Queremos brindar a nuestros clientes seguridad, variabilidad, y que ellos se deleiten no solo por los productos en cuanto a sabor, abundancia en el plato, entre otros, sino que además se sientan a gusto de vivir esta nueva experiencia y se sientan cómodos con su servicio.

Ante esto, nuestras actividades económicas que se muestra a continuación, son las implementadas en nuestro proyecto Orgánico y Saludable:

- Código CIU 5611: Este código, establecido por la Cámara de Comercio y la DIAN, el cual incorpora las siguientes actividades: La preparación y el expendio de alimentos a la carta y/o menú del día (comidas completas principalmente) para su consumo inmediato, mediante el servicio a la mesa. Pueden o no prestar servicio a domicilio, suministrar bebidas alcohólicas o algún tipo de espectáculo.
- Código CIU 5629: Este código, establecido por la Cámara de Comercio y la DIAN, el cual incorpora las siguientes actividades:
 - ✓ Las actividades de contratistas de servicios de comida (por ejemplo, para empresas de transporte).
 - ✓ La operación de concesiones de alimentación en instalaciones deportivas y similares.
 - ✓ Los servicios de alimentación escolar, mediante la preparación y distribución de comidas in situ (en el lugar donde van a consumirse).

2. Oportunidad de negocio

En Colombia, se encuentran con puntos en todas las ciudades con puestos de comida rápida, entre otros, donde muchas de las ocasiones, las personas por temas de tiempo, y muchos otros factores, no tienen espacio y terminan comiendo esta clase donde sí se acostumbra el cuerpo, contrae enfermedades. Consideramos que, en la ciudad de Villavicencio, no se cuenta con productos, platos de comida saludable y que se le brinde una asesoría nutricional para nuestros clientes.

La oportunidad de negocio nos representa ya que, en la ciudad de Villavicencio, no cuenta con tantas empresas que estén asociadas hacia nuestros productos de comida saludable y que los productos sean orgánicos para nuestros clientes. Ese es nuestro valor diferencial donde nos dará un plus en el mercado y que la empresa no tendrá un punto físico, sino que se trabajará de manera virtual y te haremos llegar el producto a cualquier parte de la ciudad de Villavicencio.

3. Lienzo canvas

A continuación, se mostrará nuestro modelo canvas aplicado en nuestra empresa.

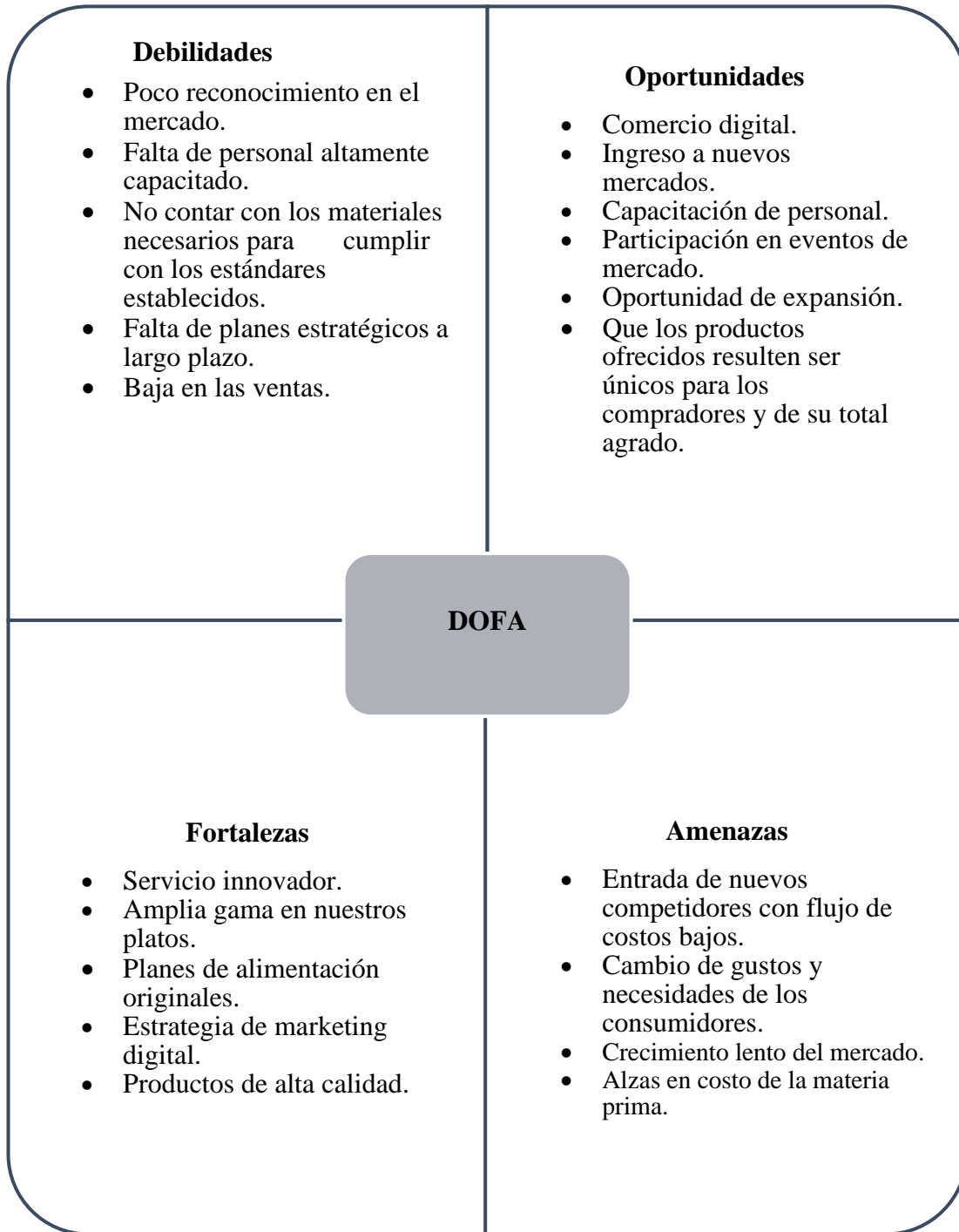
Figura 1. Modelo canvas.



Como se puede observar en la imagen, Órgano y Saludable plantea su estructura en donde se emplea trabajar con dos proveedores para la materia prima (taeq y moringa). Estas son empresas que se dedican a producir productos orgánicos y es donde obtendremos nuestra materia prima. Además, se trabajará por medio de las apps donde los clientes solicitaran sus pedidos, se establece la preparación del menú y el servicio a domicilio. La idea es mostrar por este lienzo canvas, un modelo de empresa diferente y genere expectativa al cliente con nuestro valor diferencial.

3.1. Matriz Dofa

Figura 2. Matriz DOFA.



3.2. Matriz pestel

Figura 3. Matriz Pestel



Dentro de la matriz de Pestel, podemos identificar nuestros factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales dentro de la empresa. La idea es reflejar estos factores donde se pueda lograr una comparación y que nos refleje a nivel empresarial como afecta dentro del marco del país en el municipio.

4. Alcance o delimitación

Nuestra idea a implementar es que Orgánico y Saludable, genere a nuestros clientes, una nueva experiencia en la ciudad de Villavicencio, la cual, donde por medio de nuestras aplicaciones, se brinda platos de comida saludable, adquisición de recursos y principalmente, de la materia prima o productos orgánicos, para así, transformar y crear nuevas experiencias en nuestros platos de comida saludable. Este proyecto se basa en buscar la oportunidad como empresa, de generar a nuestros clientes confiabilidad, variedad en nuestros productos y se sientan felices por nuestros platos y por el servicio.

5. Objetivos

5.1. Objetivo General

- Analizar la viabilidad para la creación de un restaurante saludable con productos orgánicos, logrando un reconocimiento en el municipio.

5.2. Objetivos específicos

- Realizar una investigación de Mercado, sus análisis e impactos que hay en la competencia.
- Concretar actividades y servicios a ofrecer a los usuarios.
- Elaborar un estudio administrativo a través de un direccionamiento estratégico y estructura organizacional de la empresa.
- Establecer un enfoque y un estudio financiero donde se estructuren los costos, la inversión, entre otros.

6. Estudio de mercado

El estudio de mercado, consiste en recopilar información a base de la empresa, en donde nosotros discutimos la toma de decisiones y empleamos operaciones dentro de la empresa. El objetivo de la investigación es realizar un formulario donde podamos conocer los gustos que tiene la persona, obtener ventajas y que desventajas que tengo como empresa, competidores de otras empresas, los hábitos que tiene la persona, entre otros.

En la ciudad de Villavicencio, cuenta con una población de 552.010 habitantes, el cual, es la ciudad en donde se desea montar el restaurante, donde tomaremos 385 personas que han sido encuestadas por nuestro formulario, para así, conocer lo que desea la gente.

6.1. Descripción del producto servicio

La empresa Orgánico y Saludable ofrecerá dos líneas de venta de platos de comida saludable con productos orgánicos. Una línea está enfocada en el desayuno, y la otra línea es de almuerzos. A continuación, se mostrará nuestros productos al vender en nuestra carta de Orgánico y Saludable para nuestros clientes.

Figura 4. Carta Menú



6.1. Muestra empresarial

Figura 5. Muestra empresarial



Figura 6. Muestra empresarial



Figura 7. Muestra empresarial



6.2. Productos, máquinas y equipos

Nuestra empresa, trabaja con 2 proveedores que son Taeq y Moringa, en donde se obtienen los productos orgánicos para así, elaborar nuestros platos. Nuestra maquinaria está distribuida por varias empresas que son MAVIN, Emaq Industrial, Imusa, Servisanabria., entre otras.

6.3 Servicios

Por medio de nuestras aplicaciones, queremos que nuestros clientes puedan observar y analizar los platos que se ofrece, donde ellos se sientan a gusto y puedan escoger el plato que deseen. En nuestra logística de entrega, se trabajará por medio de domicilios, donde se les brindara el servicio de entrega y serán entregados al sitio que desee el cliente.

7. Análisis del sector industrial

Según las estadísticas, muestran que el sector gastronómico en Villavicencio ha aumentado considerablemente mostrando una sociedad más interesada por consumir alimentos fuera de su hogar ¹. Según el estudio realizado por el país, el consumo de comida fuera de los lugares, ha aumentado a lo largo del tiempo, así lo explico el director de la revista “La barra”.

Los restaurantes está creciendo entre 7% y 12%, y que el consumo de comida por fuera del hogar sumará \$24 billones al final de 2012, un aumento de \$2 billones o 9,08% frente a lo alcanzado en 2011, año que también registró un positivo comportamiento pues creció 8,3% frente a 2010, esto se ha convertido en un atractivo para invertir en el sector gastronómico pero este aumento va creciendo junto con los gustos de la personas que cada día son mucho más exigentes y buscan nuevas alternativas gastronómicas acompañado de las novedades que trae el mercado. Al considerar la industria de alimentos en su totalidad, se pueden distinguir una serie de sub sectores que incluyen los alimentos frescos (frutas, verduras, snacks, pescado fresco y mariscos, tubérculos, carnes y huevos), bebidas alcohólicas y no alcohólicas, alimentos procesados e ingredientes. En este segmento se presenta un análisis de algunas tendencias de mercado relevantes para la categoría de alimentos procesados en el mundo y particularmente en aquellos clasificados en la categoría de salud y bienestar, lo cual fue elaborado a partir de la base de datos de estadísticas del mercado.

Figura 8. Grafica acogida comida saludable.



Nota: (S.f.). Plan de empresa para la creación de un restaurante.[19].

8. Definición y análisis del mercado objetivo

En la ciudad de Villavicencio, debido a que es el municipio donde se desea montar el restaurante, de esta población de 552.010 habitantes se tomará la muestra correspondiente aplicando la siguiente fórmula.

n = tamaño de la muestra.

z = grado de confianza con el que se va a trabajar.

U = tamaño del universo.

p = probabilidad a favor.

q = probabilidad en contra.

e = Límite aceptable de error muestral, cuando no se tiene su valor, generalmente suele utilizarse un valor que oscila entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), este valor queda a criterio del encuestador.

Los valores que se tienen para realizar el cálculo del tamaño de la muestra son los siguientes:

$$z = 1,96$$

$$p = 0,5$$

$$q = 0,5$$

$$e = 0,05$$

Reemplazando los datos en la fórmula para poblaciones infinitas, ya que contamos con más de 100.000 elementos, se obtiene que:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) * (0,5)}{(0,05)^2}$$

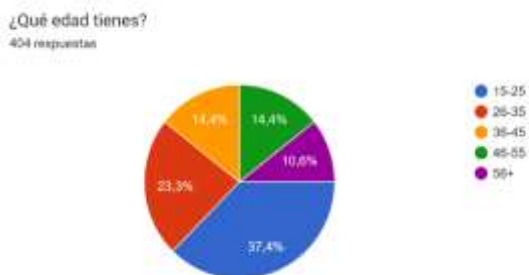
$$n = 0,96042,5 * 10^{-3}$$

$$n = 384,16$$

Aproximando hacia arriba el resultado sabemos ahora que el tamaño de la muestra para realizar la encuesta es de 385 personas. Para nuestro proyecto, se implementaron preguntas por medio de un cuestionario, donde queríamos conocer lo que piensa los clientes donde nos interesen a nosotros nuestros productos y servicios. A continuación, se mostrarán las preguntas que realizamos a nuestros clientes.

En nuestra encuesta se obtuvo 404 respuestas para conocer más a fondo nuestro público y nuestro mercado objetivo. Para nuestro mercado objetivo, por medio de la encuesta, se logró mostrar nuestro mercado objetivo con el fin de obtener respuestas y conocer a nuestros clientes. A continuación, se mostrará la gráfica para así determinar nuestro análisis en la empresa.

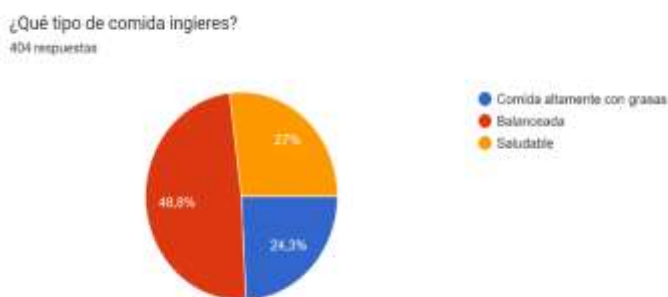
Figura 9. Encuesta



Se puede evidenciar, que nuestros clientes, el 37,4% de las personas encuestadas tienen un rango de edad entre 15 y 25 años, un 23,3% tienen un rango de edad entre los 26 y 35 años, un rango de edad en los 36 y 45 años con un porcentaje del 14,4% al igual que el rango de edad entre los 46 y 55 años, y con un 10,6% tiene un rango de edad mayor de 56 años.

Orgánico y Saludable tiene como objetivo, implementar los platos de comida saludable para todo público, en donde no se establecerá rangos de edad, pero, se manejará los platos y las consecuencias que se obtienen a través de los años y que alimentos se sugieren que debe implementar o comer en su habitación. Además, se desea implementar platos de comida saludable para cualquier tipo de persona, con el fin de que ellos escojan su mejor opción de plato.

Figura 10. Encuesta



Se puede evidenciar, que nuestros clientes, el 48,8% de las personas encuestadas comen de manera balanceada, un 27% come de manera saludable y el 24,3% come altamente con grasas.

Nuestro objetivo como empresa en el mercado, es no solo brindar estos platos de comida saludable, sino que además generar conciencia en nuestros clientes, lo importante que es mantener una vida balanceada, y que no tiene que estar encaminado a solo comer todos los días vegetales, proteína, o simplemente dejar de comer, queremos mostrar a nuestros clientes, una nueva experiencia en nuestros platos y de elementos orgánicos, que tenga una gama de variedad y obtener crecimiento como empresa en este nuevo emprendimiento.

8.1 Análisis de la competencia

Nuestra empresa que esta orienta a platos de comida saludable con productos orgánicos y el uso de aplicaciones por medio de nuestros usuarios para la toma de pedidos, se estableció que el tipo de competencia que tendremos en el mercado. La idea es observar y analizar lo que ellos implementan, como se manejan en el mercado, para así, nosotros encontrar sus debilidades y fortalecernos como empresa en nuestro valor diferencial. A continuación, se mostrará la competencia que tendremos en el mercado.

Competidores directos

- ❖ Restaurante Ave María
- ❖ Delicious healthy food
- ❖ Freshi
- ❖ La ene

Competidores indirectos

- ❖ Salud orgánica
- ❖ Tiendas naturistas
- ❖ Orgánicos del Meta

Restaurante Avemaría: Es un restaurante donde ofrece varios tipos de comida, entre ellas, ofrece una línea de comida saludable. Este opera los días miércoles hasta el día domingo y está ubicado en el Km 2 vía antigua Restrepo – Villavicencio. El precio de los platos varía entre 25.000 y 60.000 pesos colombianos.

Figura 11. Avemaría



Nota. Adaptado de: (Avemaría, 2023)

Delicious healthy food: Es una empresa dedicada a platos de arroces y bowls saludables y ofrecen planes semanales y plan mensual. Esta empresa lleva 3 años en el mercado, donde ha sobresalido en la ciudad de Villavicencio. Sus precios rondan entre los \$20.000 y \$40.000 pesos colombianos. A continuación, se imágenes acerca de esta empresa.

Figura 12. Menú Delicious



Nota. Adaptado de: (Delicious, 2022)

Figura 13. Combo Delicious



Nota. Adaptado de: (Delicious, 2022)

Productos

- Arroz Cubano: Frijol caraota, maíz tierno, plátano maduro, cebollín, pimentón, pollo, cerdo, res, salsa de soya, pimienta ahumada y arroz integral.
- Arroz chaufa: Cebollín, pimentón, huevo, salchicha, pollo, cerdo, zanahoria, salsa de soya, arveja, aceite cesamos, jengibre y arroz integral.

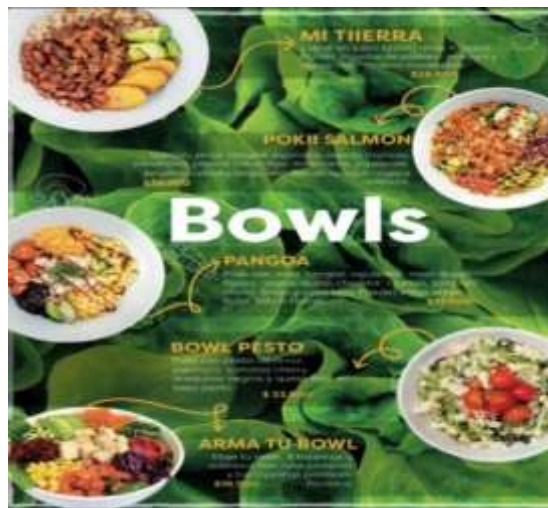
Freshii: Es un restaurante el cual brinda diferentes tipos de comida, los cuales se basan principalmente en proteínas y vegetales. Es un restaurante que cuenta con opciones veganas y gluten free, donde oscila los precios entre \$14.000 y \$39.000 pesos colombianos.

Figura 14. Menú Freshii



Nota. Adaptado de: (Freshii, 2022)

Figura 15. Bowls Freshii



Nota. Adaptado de: (Freshii, 2022)

Productos

- **Bowl de carne:** Este bowl incluye arroz integral, tajadas de plátano maduro, carne con salsa bistec y ensalada.
- **Pocket espinaca, champiñones y queso:** Es una tortilla rellena con huevos revueltos, espinaca, champiñones, pimentón asado y queso feta.

8.2. Estrategia de benchmarking

Orgánico y Saludable, establece una idea o estrategia para la comparación de nuestros productos internos de nuestra empresa. La idea es observar y analizar que platos de comida saludable se venden más o llaman la atención del cliente, para así, volver el plato nuestro valor estrella.

A continuación, se evidenciará una tabla para nuestros clientes den puntuación acerca de nuestros platos.

Figura 16. Encuesta calificación de platos

ORGANICO Y SALUDABLE				
<i>Factores de platos</i>	<i>Imagen</i>	<i>Color</i>	<i>Sabor</i>	<i>Puntaje</i>
Desayunos para comida saludable				
Desayuno 1	-----	-----	-----	-----
Desayuno 2	-----	-----	-----	-----
Desayuno 3	-----	-----	-----	-----
Almuerzos para comida saludable				
Almuerzo 1	-----	-----	-----	-----
Almuerzo 2	-----	-----	-----	-----
Almuerzo 3	-----	-----	-----	-----
TOTAL	0	0	0	0

La idea es que, por medio de esta tabla, nuestros clientes nos llenen esta información, para así, obtener información de nuestros platos, obtener calificaciones donde podamos establecer estrategias y mejorar nuestros platos de comida saludable internamente en la empresa.

La competencia que nosotros obtenemos en el mercado en la ciudad de Villavicencio, contiene debilidades y fortalezas, en donde nuestra empresa debe observar cómo operan las empresas ya constituidas en la ciudad, de analizar la logística que tienen y cómo podemos competirle nosotros como emprendimiento. Cabe resaltar que las demás empresas, tienen una gran ventaja frente a nosotros por estar en el mercado, y que esa debilidad que nosotros tenemos, debemos impactar hacia nuestros clientes, con nuestro valor diferencial como empresa.

8.3. Análisis de canales de distribución

Orgánico y Saludable trabajara de manera virtual, no tendrá un punto físico y de manera abierta, sino que el cliente se comunicara con nosotros para la toma de pedidos y se venden los platos de comida con su respectivo a domicilio a cualquier parte de la ciudad de Villavicencio.

Nuestra interacción con el cliente será por medio de aplicaciones de WhatsApp e Instagram donde se muestra la carta de desayunos y almuerzos que tiene la empresa. Cabe resaltar que se trabaja de manera directa con el cliente nuestra idea como empresa.

La toma de pedidos será por medio de WhatsApp donde lo tomaremos por orden de llegada, nosotros comercializaremos y prestaremos el servicio para nuestro cliente, donde le haremos llegar nuestros productos al punto que el cliente lo desee.

8.4. Definición y análisis de estrategias de precio

Por medio del cuestionario, se logró identificar y analizar los precios estipulados y mostrándoles al público, cuanto preferirían por pagar un tipo de comida, estipulando rangos en estos precios. A continuación, mostraremos el rango de nuestros precios y la estipulación de la misma.

Figura 17. Encuesta



Se puede concluir, que en nuestro estudio de mercado y por medio de la encuesta, se logró identificar que nuestro rango de precio en los platos de comida, donde el público opto que en la primera ponderación que es del 38,6 % el precio estipulado oscila entre 20.000 y 25.000 pesos. La segunda ponderación, es del 36,9%, oscila entre 26.000 y 30.000 pesos. Y la tercera medida cuenta con 24,5% mayor a 31.000 pesos.

8.5. Definición y análisis de estrategia de promoción

Orgánico y Saludable, estableció que, por medio de esta encuesta, logro identificar el análisis del precio, donde por medio de la carta, dejara establecido los rangos de los precios variando desde 20.000 y mayor a 31.000. Además, la empresa optara por otras medidas que son más económicas dentro de la carta. A continuación, se mostrará a cabo las diferentes estrategias que implementará en los precios de nuestros platos:

- ✓ Promoción del día establecido: Esta empresa empleará una oferta donde el día con más concurrencia se tomen pedidos a lo largo de la semana, se establecerá promociones o descuentos en nuestros platos de comida saludable
- ✓ Promociones de fechas: A lo largo del calendario, se presentan fechas especiales que son conmemoraciones al tema específico. Orgánico y Saludable establecerá promociones dependiendo el tipo de dicha fecha. (Ejemplo: “Dia de la tierra”, entre otros).

8.6. Definición y análisis de estrategia de comunicación

Orgánico y Saludable, tiene establecido unos parámetros para que sus clientes, se logre identificar como opera la empresa, donde nuestros clientes conozcan nuestra idea de modelo de negocio. A continuación, se evidenciará las estrategias a implementar que tendrá la empresa:

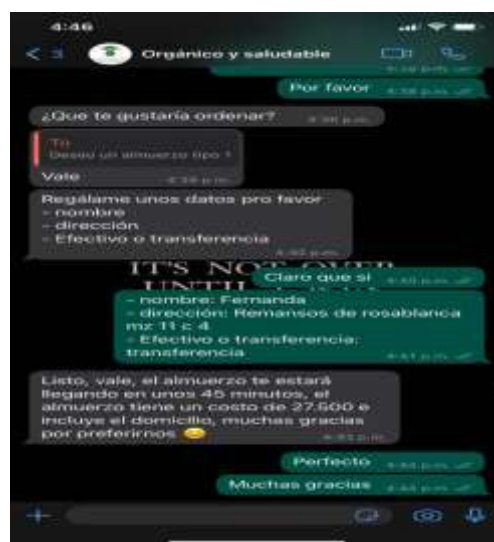
- ✓ Instagram: En esta red social, la idea es mostrar al público, nuestro sistema de entrega, de comunicación con el cliente, las promociones que se harán en esta empresa, como nos pueden contactar, nuestra carta, entre otros
- ✓ WhatsApp: Por medio de esta red social, se establecerá una interacción más a fondo con el cliente, donde el cliente puede tomar la solicitud que desea ordenar, el pedido que va ordenar, pago del producto y ubicación.

8.7. Simulación de toma de pedidos

Figura 18. Simulación de pedidos



Figura 19. Simulación de pedidos



9. Pronóstico de demanda

En la ciudad de Villavicencio, cuenta con una población de 552.010 habitantes, el cual, es la ciudad en donde se desea montar el restaurante. Se tomará la muestra correspondiente aplicando la siguiente fórmula.

n = tamaño de la muestra.

z = grado de confianza con el que se va a trabajar.

U = tamaño del universo.

p = probabilidad a favor.

q = probabilidad en contra.

e = Límite aceptable de error muestral. Generalmente cuando no se tiene el valor, suele utilizarse un valor que oscila entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), este valor queda a criterio del encuestador.

Los valores que se tienen para realizar el cálculo del tamaño de la muestra son los siguientes:

$$z = 1,96$$

$$p = 0,5$$

$$q = 0,5$$

$$e = 0,05$$

Al reemplazar los datos establecidos, en la fórmula para poblaciones infinitas se aplica, ya que contamos con más de 100.000 elementos, se obtiene que:

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

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(0,05)^2}$$

$$n = 0,96042,5 * 10^{-3}$$

$$n = 384,16$$

Aproximando hacia arriba el resultado sabemos ahora que el tamaño de la muestra para realizar la encuesta es de 385 personas. Para realizar y analizar información a base de la empresa con los clientes, se hizo una investigación por medio de una encuesta donde se obtuvo los resultados de nuestros clientes, la cual, se pudo determinar y concluir métodos para nuestro estudio de mercado.

9.1. Cuestionario

Figura 20. Cuestionario

¿Alguna vez has consumido comida saludable donde te brinden diferentes categorías y observes información nutricional del plato?

404 respuestas

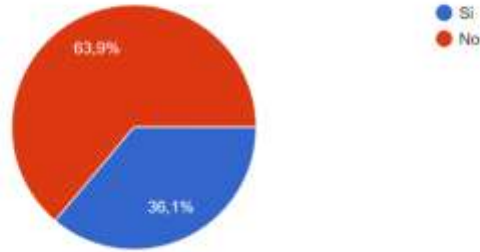


Figura 21. Cuestionario

Para ti, ¿cual es el factor mas importante en un plato de comida saludable?

403 respuestas

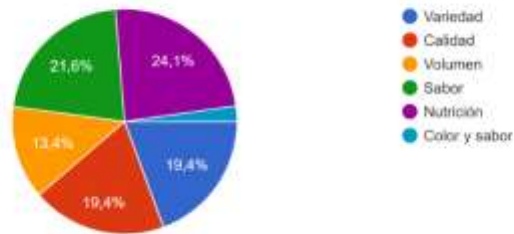


Figura 22. Cuestionario

¿Con que frecuencia pedirías por medio de nuestra app, el tipo de plan y el tipo de comida que deseas?

404 respuestas

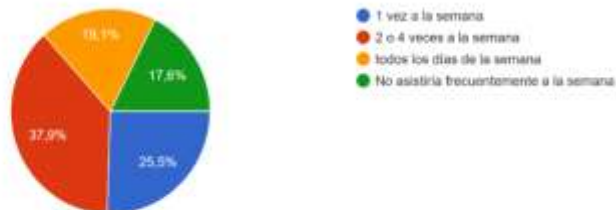


Figura 23. Cuestionario

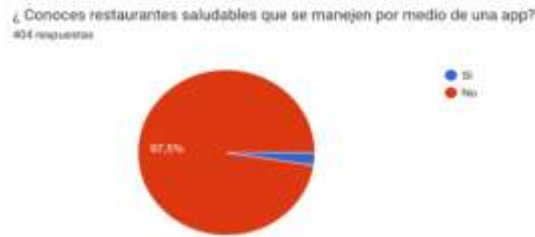


Figura 24. Cuestionario

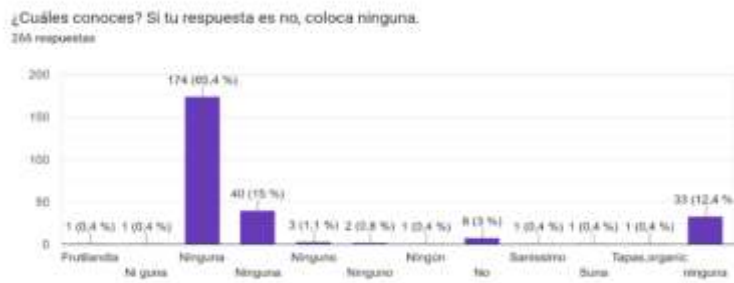


Figura 25. Cuestionario

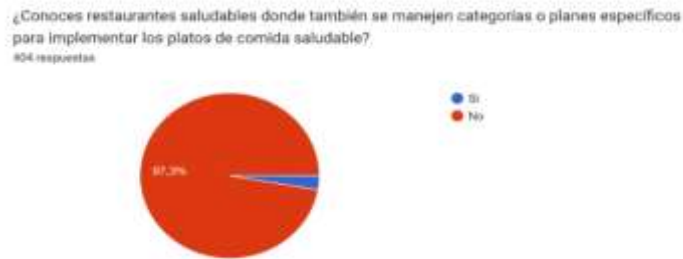
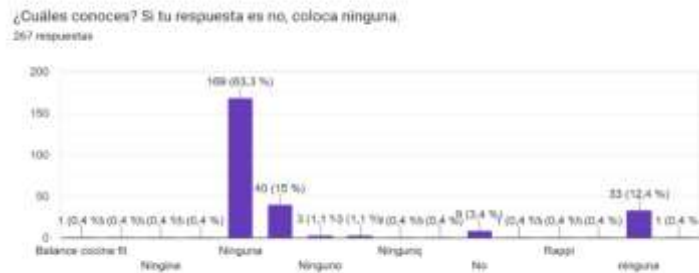


Figura 26. Cuestionario



9.2. Marketing Mix

Nuestra estrategia de marketing mix se enfocará en la estrategia del producto, donde se desglosará factores fundamentales como son el producto, precio, promoción, entre otros. A continuación, se mostrará de donde se origina la idea, y como la empresa emplea estos factores.

❖ **Producto**

Orgánico y Saludable se encarga de producir platos de comida saludable con productos orgánicos, en donde se brinde una gama de variedades en cuanto a volumen, sabor, ofrecer otra sensación al cliente, donde él pueda analizar el producto que más le competa o desee ingerir. Dentro de nuestro producto, por medio de nuestros proveedores, se trabajará con productos orgánicos, donde se hará su debida transformación para nuestros platos de comida saludable.

❖ **Precio**

Por medio de la encuesta, se logró identificar las variables de precio establecidas, donde se produjo un intermedio de precio que ronda entre los \$20.000 pesos hasta más de \$31.000 pesos. La idea es manejar estos precios en nuestros platos de comida saludable.

❖ **Promoción**

Esta empresa maneja pautas de promoción, en donde los días miércoles se implementarán promociones en nuestros platos de comida saludable. Además, se analizará la toma de pedido de los clientes con mayor frecuencia en la empresa, donde se les hará una bonificación o descuento en los productos realizados en el día.

❖ **Plaza**

Orgánico y Saludable contempla que el barrio donde se implementará el negocio, estará situado en el barrio Hacaritama, sobre la principal calle de este barrio. Cabe resaltar que allí se harán los respectivos procesos de elaboración del producto y serán enviados con el domiciliario para la logística del transporte de los platos de comida saludable.

Figura 27. 4P



Pmv

Esta empresa surge ante la necesidad de los clientes donde ofrecemos una línea de tendencia saludable y que está asociada con productos orgánicos. Cabe resaltar que este modelo nace ante la necesidad del cliente y que no hay tanta competencia que obtenga nuestro valor agregado. Los platos de comida saludable los eligió la empresa el cual, quería ofrecer tres diferentes tipos de desayuno y de almuerzo donde se vea reflejado los productos orgánicos y que está encaminado a platos de comida saludable.

Además, por medio de nuestra encuesta, queríamos analizar el precio, el cual, obtuvo una oscilación entre \$21.000 y \$30.000 pesos colombianos.

10. Estudio técnico

10.1. Análisis de proveeduría

Se estableció dos puntos de proveedores, con el fin de mostrar cuales son las mejores opciones para nuestro negocio, la cual, es donde vamos a obtener nuestra materia prima para la producción de platos saludables hacia nuestros clientes. A continuación, se mostrará el análisis de cada proveedor que son Moringa y Tæq.

Moringa: Es una empresa enfocada al mercado de productos orgánicos, café y restaurante saludable volviendo al origen con alimentos y productos conscientes para el enfoque al cliente. Están ubicados en la calle 34# 37-21 en Villavicencio.

Figura 28. Empresa Moringa logo



Nota. Adaptado de: (Moringa, 2017)

Tæq: Es una empresa proveniente de la marca exclusiva del éxito, Carulla, surtimax, donde muestran su cadena de productos orgánicos y naturales enfocada en los beneficios nutricionales que tienen. Esta empresa tiene 4 modelos que son: para todas las categorías, deporte, bienestar mental y nutrición.

Figura 29. Tæq logo



Nota. Adaptado de: (Tæq, 2023)

10.2 Estudio de requerimientos de maquinaria, equipos y tecnología

Se hizo un respectivo análisis en el mercado, el cual analizaremos los precios de nuestra maquinaria, equipos, entre otros, donde se obtuvo en cuenta a partir de nuestra producción, para así, procesar nuestros productos y transformarlos de la materia a nuestros platos establecidos. La idea es ofrecer nuestros platos por medio de la app.

❖ Restaurante

- Caja registradora C-280: Esta caja registradora tiene un valor de \$870.000 pesos colombianos, la empresa donde vende esta caja registradora se llama MAVIN.

Figura 30. Caja registradora

Caja registradora	
Descripción	Fabricación de metal
Dimensiones	Tamaño
	390mm x 360mm x 260 mm
Peso	4.7 kg
Precio	\$ 870.000



Refrigerador industrial: Este refrigerador tiene un valor de \$5.200.000 pesos colombianos, la empresa donde vende este refrigerador se llama Emaq Industrial.

Figura 31. Refrigerador

Refrigerador	
Descripción	Fabricación de metal
Dimensiones	Ancho
	70 cm
	Alto
2 m	
Fondo	70 cm
Precio	\$ 5.200.000



Kit de sartén: Este kit de sartén tiene un valor de \$300.000 pesos colombianos, la empresa donde vende este kit es de la marca Imusa. Cabe resaltar que se van a comprar 2 kit de sartén.

Figura 32. Kit sartén

Kit de sartén		
Descripción	Aluminio	
Dimensiones	Sartén	18cm
	Sartén	24 cm
	Olla	24 cm
Precio	\$ 300.000	



Horno industrial: Este horno industrial tiene un valor de \$10.000.000 pesos colombianos, la empresa donde vende este horno es de la empresa Emaq Industrial.

Figura 33. Horno

Horno		
Descripción	Horno industrial	
Dimensiones	Largo	6 m
	Alto	5 m
	Ancho	2 m
Potencia	128.000 BTU/h. A gas	
Precio	\$ 10.000.000	



Estantería: Esta estantería tiene un valor de \$1.200.000 pesos colombianos, la empresa donde vende esta estantería es de la empresa Servisanabria.

Figura 34. Estantería

Estantería		
Descripción	Almacenamiento de productos	
Dimensiones	Frente	100
	Alto	180
	Fondo	40
Precio	\$ 1.200.000	



Lavaplatos: Este lavaplatos tiene un valor de \$2.600.000 pesos colombianos, la empresa donde vende esta estantería es de la empresa Servisanabria.

Figura 35. Lavaplatos

Lavaplatos		
Descripción	Lavar y secar platos	
Dimensiones	Largo	200
	Alto	69
	Ancho	87
Precio	\$ 2.600.000	



Licuada: Esta licuadora tiene un valor de \$1.500.000 pesos colombianos, la empresa donde vende esta estantería es de la empresa Emaq Industrial.

Figura 36. Licuadora

Licuadora		
Descripción	Extraer y licuar alimentos	
Dimensiones	Largo	16
	Alto	20
	Ancho	41
Potencia	110 V	
Precio	\$ 1.500.000	



Kit de cuchillos: Esta licuadora tiene un valor de \$79.900 pesos colombianos, la empresa donde vende esta estantería es de la empresa Tramontina.

Figura 37. Kit de cuchillos

Kit de cuchillos		
Descripción	Instrumentos empleados para comer	
Objetos	Cuchillos	6
	Tenedores	6
	Cuchara	6
Precio	\$ 79.900	



Mesas y sillas: Este juego de sillas y la mesa tiene un valor de \$950.000 pesos colombianos, la empresa donde vende esta estantería es de la empresa Tramontina.

Figura 38. Mesa y sillas

Mesa y sillas		
Descripción	Asientos para clientes	
Dimensiones	Largo	120
	Alto	83,5
	Ancho	75,5
Precio	\$ 950.000	



- Rallador: Este rallador tiene un valor de \$40.000 pesos colombianos, la empresa donde vende esta estantería es de la empresa Éxito.

Figura 39. Rallador

Rallador	
Descripción	Instrumento para servir los productos
Precio	\$ 40.000



Mesa de trabajo: Este rallador tiene un valor de \$1.200.000 pesos colombianos, la empresa donde vende esta estantería es de la empresa Emaq Industrial.

Figura 40. Mesa de trabajo

Mesa de trabajo		
Descripción	Arreglar, cortar, sazonar productos	
Dimensiones	Largo	100
	Alto	60
	Ancho	87
Precio	\$ 1.200.000	

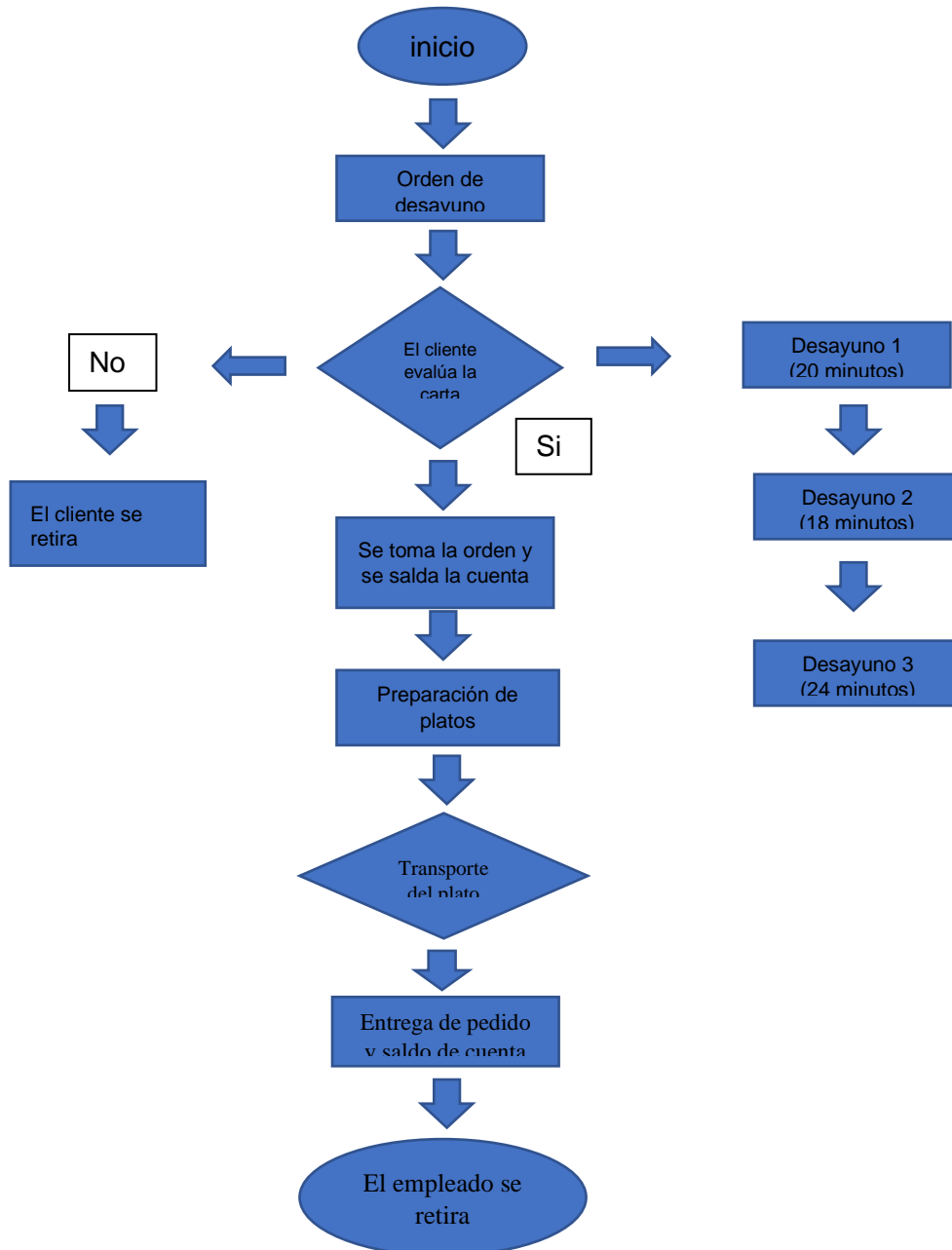


10.3. Descripción del producto productivo o del servicio

En estos flujogramas que verán a continuación, están enfocados a nuestro diagrama de proceso para la transformación y lo que conlleva nuestros platos de comida saludable, nuestro proceso con el cliente, entre otros.

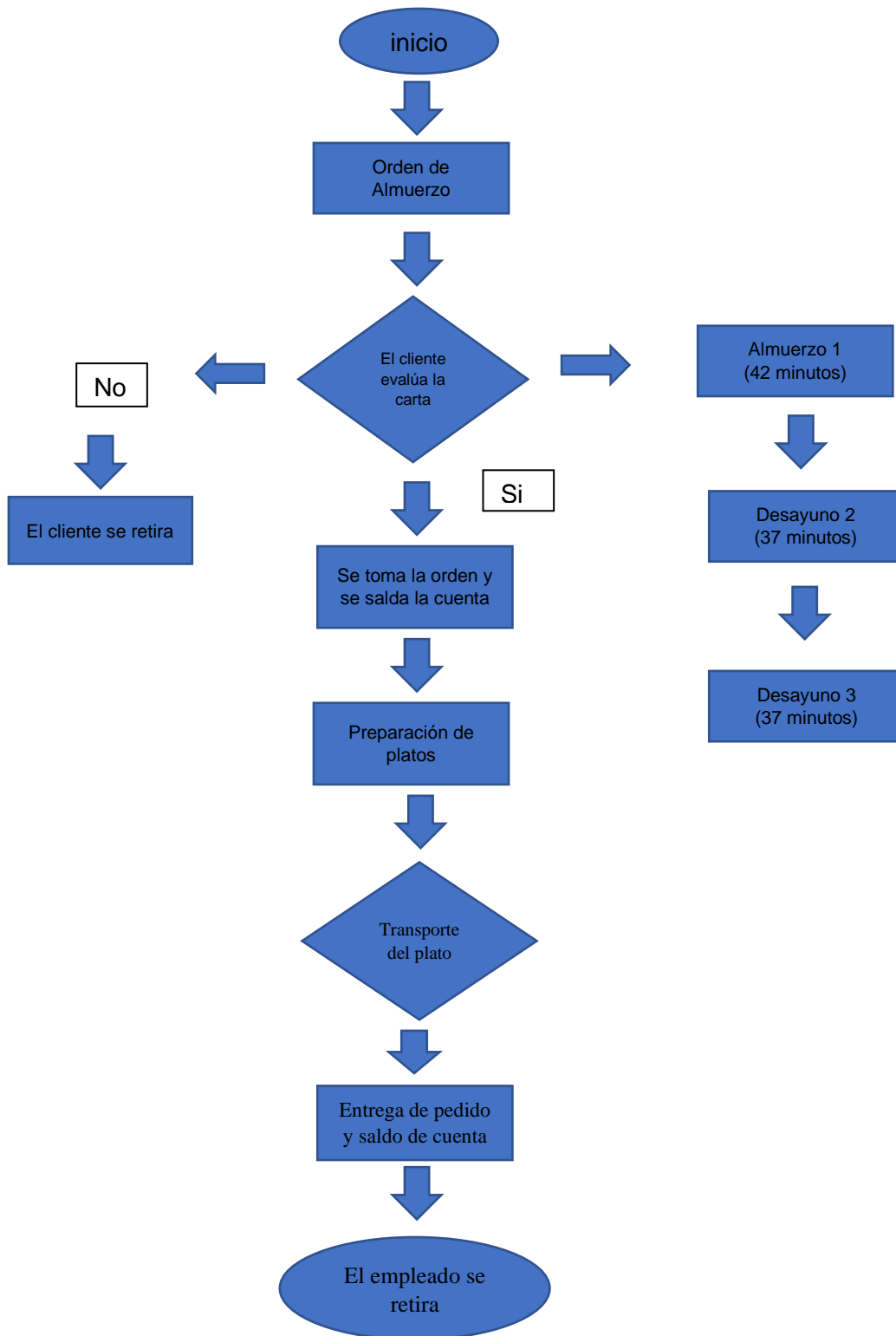
❖ Diagrama de servicio desayuno

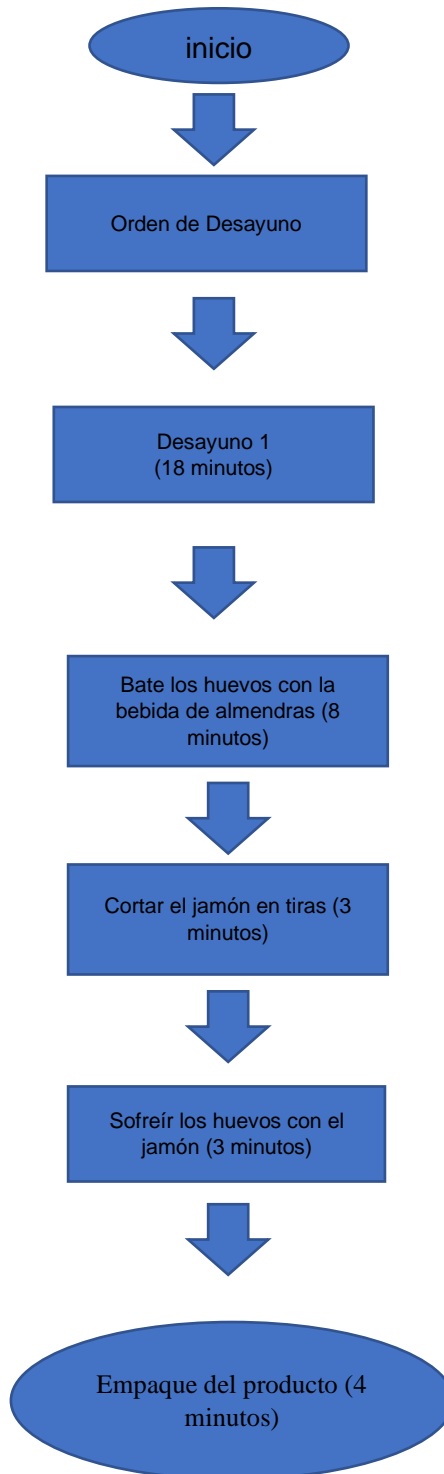
Figura 41. Mesa de trabajo



❖ Diagrama de servicio del almuerzo

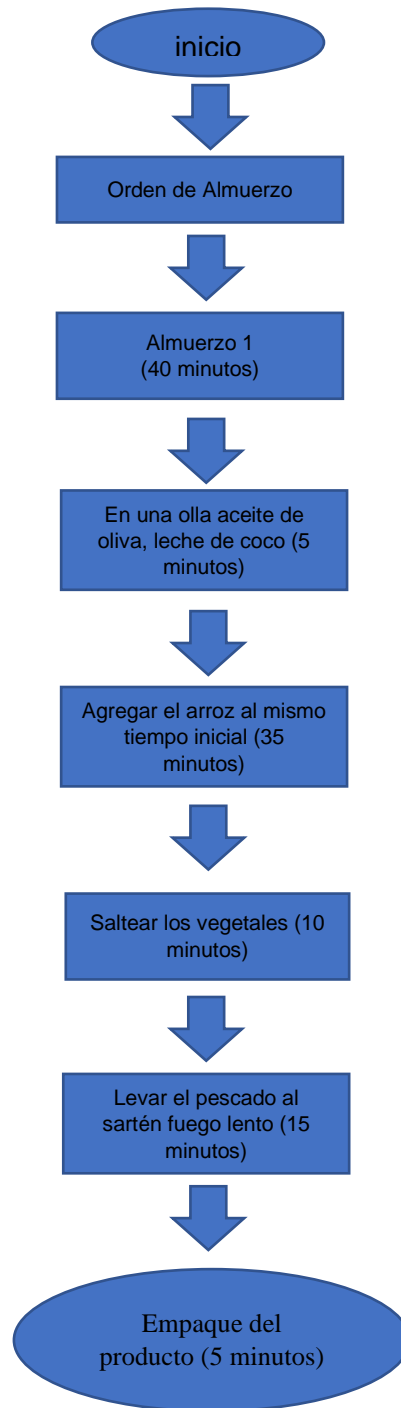
Figura 42. Mesa de trabajo



❖ Producción del desayuno*Figura 43. Mesa de trabajo*

❖ Producción del almuerzo

Figura 44. Mesa de trabajo.



10.4. Estimación de teoría de cola

Figura 45. Teoría de cola

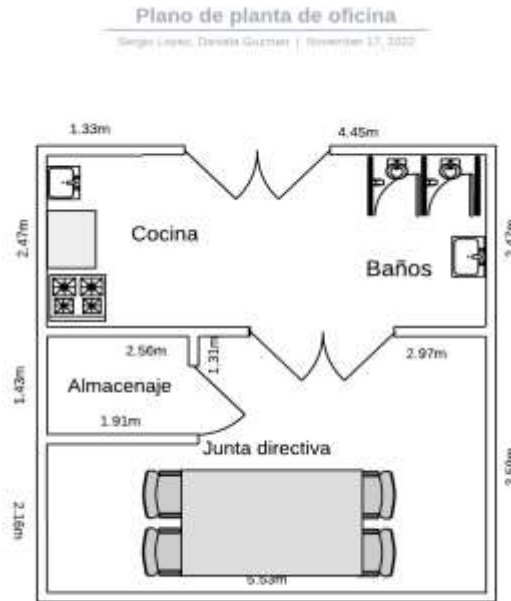
Desayunos					
Tiempo	Tipo de desayuno	En servicio	Llegada	Salida	En espera
7:00	Desayuno tipo 1	Cliente 1	-----	-----	-----
7:15	Desayuno tipo 2	Cliente 1	Cliente 2	-----	Cliente 2
7:20	-----	Cliente 2	-----	Cliente 1	-----
7:30	Desayuno tipo 1	Cliente 2	Cliente 3	-----	Cliente 3
7:36	-----	Cliente 3	-----	Cliente 2	-----
7:45	Desayuno tipo 3	Cliente 3	Cliente 4	-----	Cliente 4
7:50	-----	Cliente 4	-----	Cliente 3	-----
8:00	Desayuno tipo 1	Cliente 4	Cliente 5	-----	Cliente 5
8:14	-----	Cliente 5	-----	Cliente 4	-----
8:15	Desayuno tipo 2	Cliente 5 y 6	Cliente 6	-----	Cliente 6
8:30	Desayuno tipo 3	Cliente 5 y 6	Cliente 7	-----	Cliente 6 y 7
8:33	-----	Cliente 7	-----	Cliente 5 y 6	-----
8:45	Desayuno tipo 1	Cliente 7 y 8	Cliente 8	-----	Cliente 8
8:54	-----	Cliente 8	-----	Cliente 7	Cliente 8
9:00	Desayuno tipo 2	Cliente 8	Cliente 9	-----	Cliente 9
9:05	-----	Cliente 9	-----	Cliente 8	-----
9:15	Desayuno tipo 1	Cliente 9	Cliente 10	-----	Cliente 10
9:23	-----	Cliente 10	-----	Cliente 9	-----
9:30	Desayuno tipo 3	Cliente 10 y 11	Cliente 11	-----	Cliente 11
9:45	Desayuno tipo 3	Cliente 10 y 11	Cliente 12	-----	Cliente 12
9:47	-----	Cliente 11 y 12	-----	Cliente 10	-----
9:54	-----	Cliente 12	-----	Cliente 11	-----
10:00	Desayuno tipo 2	Cliente 12 y 13	Cliente 13	-----	-----
10:11	-----	Cliente 13	-----	Cliente 12	-----
10:15	Desayuno tipo 2	Cliente 13 y 14	Cliente 14	-----	-----
10:24	-----	Cliente 14	-----	Cliente 13	-----
10:25	Desayuno tipo 3	Cliente 14 y 15	Cliente 15	-----	-----
10:42	-----	Cliente 15	-----	Cliente 14	-----
10:49	-----	-----	-----	Cliente 15	-----

Se hizo una simulación de un sistema de colas enfocado en los desayunos, con el fin de observar y analizar el proceso de llegadas de un cliente cada 15 minutos. Cabe resaltar que, en la empresa, por parte de la maquinaria tiene estufa industrial y otros elementos los cuales agiliza más el proceso de tiempo y que en la empresa, a medida que van llegando los pedidos, se van cocinando más productos y no se enfocara en un solo servicio sino en varios servicios.

Para esta simulación se tuvo un patrón de llegadas de 15 minutos por cliente, y cada tipo de desayuno tiene su tiempo de demora para la entrega del producto y tenerlo empacado. (Desayuno 1: 20 minutos, Desayuno 2: 18 minutos, Desayuno 3: 24 minutos).

10.5. Diseño y análisis de planta

Figura 46. Diseño y análisis de planta



Orgánico y saludable, establece que, en el primer año, los pedidos y la atención del cliente será de manera virtual, convirtiéndose en un diseño de la empresa más minucioso, ya que, al ser virtual, lo que se quiere generar es reducir los costos, generar ganancias y que el público le llame la atención en un nuevo emprendimiento en la ciudad de Villavicencio.

- El local está compuesto por 5,78 mts de frente y tiene 6,08 mts de fondo.
- Esta distribuido por cocina, baños, almacenaje, cocina y el espacio para la junta directiva.

Orgánico y Saludable se plantea encontrar con esta distribución y medidas, donde sea un local con espacio para realizar la toma de pedidos, el espacio para crear nuestros productos de comida saludable, establecimiento de baño para nuestros trabajadores, el almacenaje donde se guardarán allí, nuestras materias primas, y la junta directiva la cual, se encarga de establecer los cambios que sean necesarios para la empresa, el manejo de la App, obtención de la materia prima, entre otros.

11. Plan de producción

En nuestra encuesta, se obtuvieron 404 respuestas y el 57% de la población encuestada, dijeron que le gustaría pedir platos de comida saludable. Nuestro mercado objetivo se basa en el 57% de esas respuestas. A continuación, se observará detalladamente el análisis acción del mes y del año en los platos de comida saludable.

11.1. Escenario de la encuesta

Por medio de la encuesta y de cálculos de estimación, se planteó una regla de 3 en donde se estima la cantidad de personas que van a ir con frecuencia al mes, donde por medio de la encuesta arrojó un 57% que si tomaría el pedido y que nuestra estimación es que los clientes son de 231 personas al mes.

Figura 47. Estimación

Votación	Cantidad de personas	Porcentaje
Personas encuestadas	404	100%
Personas que votaron si	230	57%

Ya teniendo nuestra estimación de estas 230 a la semana, se hizo el cálculo de cuantas personas van a pedir al día. El cálculo fue dividir esas 230 personas en los días a la semana y nos arroja que al día se están recibiendo 33 pedidos (desayunos y almuerzos). Cabe resaltar que Orgánico y Saludable en la carta se establecieron tres tipos de desayunos y tres tipos de almuerzos.

11.2. Costeo de la producción

Se hizo un respectivo análisis con las diferentes marcas que hay en el mercado con respecto a productos orgánicos y se trabajara con dos marcas que son moringa y taeq. Nuestro costeo de la producción se basa en la materia prima, maquinaria y la caja donde estarán situados nuestros productos. A continuación, se evidenciará cada tipo de comida:

❖ **Desayuno 1:** Tortilla de huevo con tomates, espinaca y salchicha, acompañado de yogurt rojo.

Figura 48. Desayuno 1

PRODUCTO	MATERIA PRIMA INSUMO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO DE LA UNIDAD DE MEDIDA	UNIDADES A USAR PARA UN PRODUCTO	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO UNIDAD PRODUCIDA	TIEMPO
Desayuno 1	Huevos	UNIDAD DE MEDIDA	750	2	1.500	13.873	18 minutos
	Jamón de pavo	Tajadas	550	2	1.100		
	Bebida de almendras	mit	10	200	2.000		
	Yogurt	mit	14	300	4.200		
	Chef	min	128	1	128		
	Auxiliar de chef	min	128	1	128		
	Servicio de luz	día	625	1	625		
	Servicio de gas	día	721	1	721		
Empaque (cobiertos, empaque)	UNIDAD DE MEDIDA	3470	1	3470			

Para el desayuno 1, tiene un costo unitario de \$13.873 pesos colombianos y el tiempo que se demora el chef y los dos auxiliares de cocina en hacer el desayuno tipo 1 es de 18 minutos.

❖ **Desayuno 2:** Arepa sin gluten de queso de búfalo acompañado de atún y jugo de naranja.

Figura 49. Desayuno 2

PRODUCTO	MATERIA PRIMA INSUMO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO DE LA UNIDAD DE MEDIDA	UNIDADES A USAR PARA UN PRODUCTO	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO UNIDAD PRODUCIDA	TIEMPO
Desayuno 2	Arepa	UNIDAD DE MEDIDA	2.400	1	2.400	11.937	16 minutos
	Lomo de atun	gr	54	65	3.499		
	Jugo de naranja	mit	5	200	1.000		
	Chef	min	128	1	128		
	Auxiliar de chef	min	93	1	93		
	Servicio de luz	día	625	1	625		
	Servicio de gas	día	721	1	721		
	Empaque (cobiertos, empaque)	UNIDAD DE MEDIDA	3470	1	3470		

Para el desayuno 2, tiene un costo unitario de \$11.937 pesos colombianos y el tiempo que se demora el chef y los dos auxiliares de cocina en hacer el desayuno tipo 2 es de 16 minutos.

❖ **Desayuno 3:** Wafle integrales acompañado de jamón de pavo, huevo cocinado y yogurt.

Figura 50. Desayuno 3

PRODUCTO	MATERIA PRIMA INSUMO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO DE LA UNIDAD DE MEDIDA	UNIDADES A USAR PARA UN PRODUCTO	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO UNIDAD PRODUCIDA	TIEMPO
Desayuno 3	Panque de banano	gr	40	4	160	11.997	22 minutos
	Huevo cocido	UNIDAD DE MEDIDA	750	2	1.500		
	Jamon de pavo	Tajadas	550	2	1.100		
	Yogurt	ml	14	300	4.200		
	Chef	min	128	1	128		
	Auxiliar de chef	min	93	1	93		
	Servicio de luz	dia	625	1	625		
	Servicio de gas	dia	721	1	721		
Empaque (cubiertos, empaque)	UNIDAD DE MEDIDA	3470	1	3470			

Esta imagen representa nuestro costeo de materia prima donde para el desayuno 3 tiene un costo de \$11.997 pesos colombianos y el tiempo que se demora el chef y los dos auxiliares de cocina en hacer el desayuno tipo 3 es de 22 minutos.

❖ **Almuerzo 1:** Filete de trucha bañado en aceite de coco, acompañado de arroz integral y ensalada.

Figura 51. Almuerzo 1

PRODUCTO	MATERIA PRIMA INSUMO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO DE LA UNIDAD DE MEDIDA	UNIDADES A USAR PARA UN PRODUCTO	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO UNIDAD PRODUCIDA	TIEMPO
Almuerzo 1	Filete de trucha	gr	43	80	3.440	14.267	40 minutos
	Aceite de coco	ml	53	30	1.590		
	Arroz integral	gr	7	200	1.400		
	Ensalada	UNIDAD DE MEDIDA	7	400	2.800		
	Chef	min	128	1	128		
	Auxiliar de chef	min	93	1	93		
	Servicio de luz	dia	625	1	625		
	Servicio de gas	dia	721	1	721		
Empaque (cubiertos, empaque)	UNIDAD DE MEDIDA	3470	1	3470			

Esta imagen representa nuestro costeo de materia prima donde para el almuerzo 1 tiene un costo de \$14.267 pesos colombianos y el tiempo que se demora el chef y los dos auxiliares de cocina en hacer el desayuno tipo 3 es de 40 minutos.

❖ **Almuerzo 2:** Carne de lentejas acompañado de quinoa orgánica y vegetales salteados.

Figura 52. Almuerzo 2

PRODUCTO	MATERIA PRIMA INSUMO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO DE LA UNIDAD DE MEDIDA	UNIDADES A USAR PARA UN PRODUCTO	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO UNIDAD PRODUCIDA	TIEMPO
Almuerzo 2	Carne de lentejas	gr	41	100	4.100	15.137	35 minutos
	Quinoa orgánica	gr	40	80	3.200		
	Vegetales	UNIDAD DE MEDIDA	7	400	2.800		
	Chef	min	128	1	128		
	Auxiliar de chef	min	93	1	93		
	Servicio de luz	día	625	1	625		
	Servicio de gas	día	721	1	721		
	Empaque (cubiertos, empaque)	UNIDAD DE MEDIDA	3470	1	3470		

Esta imagen representa nuestro costeo de materia prima donde para el almuerzo 2 tiene un costo de \$15.137 pesos colombianos y el tiempo que se demora el chef y los dos auxiliares de cocina en hacer el desayuno tipo 3 es de 35 minutos.

❖ **Almuerzo 3:** Filete de contramuslos acompañado de quinoa orgánica y vegetales salteados.

Figura 53. Almuerzo 3

PRODUCTO	MATERIA PRIMA INSUMO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO DE LA UNIDAD DE MEDIDA	UNIDADES A USAR PARA UN PRODUCTO	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO UNIDAD PRODUCIDA	TIEMPO
Almuerzo 3	Filete de contramuslos	gr	36	100	3.600	12.117	35 minutos
	Quinoa orgánica	gr	40	80	3.200		
	Vegetales	UNIDAD DE MEDIDA	7	40	280		
	Chef	min	128	1	128		
	Auxiliar de chef	min	93	1	93		
	Servicio de luz	día	625	1	625		
	Servicio de gas	día	721	1	721		
	Empaque (cubiertos, empaque)	UNIDAD DE MEDIDA	3470	1	3470		

Esta imagen representa nuestro costeo de materia prima donde para el almuerzo 2 tiene un costo de \$12.117 pesos colombianos y el tiempo que se demora el chef y los dos auxiliares de cocina en hacer el desayuno tipo 3 es de 35 minutos.

11.3. Costo total de materia prima

A continuación, se observará cada costeo de la materia prima de cada plato reflejado en el día, al mes y al año.

❖ Desayuno 1

Figura 54. Desayuno 1

	Ingredientes	Costo total del plato	Día	Mes	Año
Desayuno 1	Huevos	\$ 13.872,56	\$ 69.362,82	\$ 1.803.433,33	\$ 21.641.200,00
	Jamon de pavo				
	Bebida de almendras				
	Yogurt				
Total					\$ 21.641.200,00

Como se puede observar en la imagen, el desayuno 1 tiene un costo total del plato de \$13.872 pesos colombianos. Nuestra demanda al día para este desayuno es de 6 platos, ya que nuestra población objetivo, se escogió que era el plato de desayuno más sobresaliente del restaurante en la muestra empresarial. Con respecto a esto, se saca el costo del plato al día, mes, y año, en donde nuestro costo total al año tiene un valor de \$21.641.200 pesos colombianos.

❖ Desayuno 2

Figura 55. Desayuno 2

	Ingredientes	Costo total del plato	Día	Mes	Año
Desayuno 2	Arepa	\$ 11.936,51	\$ 59.682,54	\$ 1.551.746,00	\$ 18.620.952,00
	Lomos de atun				
	Jugo de naranja				
Total					\$ 18.620.952,00

Como se puede observar en la imagen, el desayuno 2 tiene un costo total del plato de \$11.936 pesos colombianos. Nuestra demanda al día para este desayuno es de 5 platos, con respecto a esto, se saca el costo del plato al día, mes, y año, en donde nuestro costo total al año tiene un valor de \$18.620.952 pesos colombianos.

❖ Desayuno 3

Figura 56. Desayuno 3

	Ingredientes	Cantidad	Día	Mes	año
Desayuno 3	Waffles	\$ 11.997,31	\$ 59.986,54	\$ 1.559.650,00	\$ 18.715.800,00
	Huevos				
	Jamon de pavo				
	Yogurt				
Total					\$ 18.715.800,00

Como se puede observar en la imagen, el desayuno 3 tiene un costo total del plato de \$11.997 pesos colombianos. Nuestra demanda al día para este desayuno es de 5 platos, con respecto a esto, se saca el costo del plato al día, mes, y año, en donde nuestro costo total al año tiene un valor de \$18.715.800 pesos colombianos.

❖ Almuerzo 1

Figura 57. Almuerzo costo materia prima

	Ingredientes	Cantidad	Día	Mes	año
Almuerzo 1	Filete de trucha	\$ 14.267,31	\$ 71.336,54	\$ 1.854.750,00	\$ 22.257.000,00
	Aceite de coco				
	Arroz integral				
	Ensalada				
Total					\$ 22.257.000,00

Como se puede observar en la imagen, el almuerzo 1 tiene un costo total del plato de \$14.267 pesos colombianos. Nuestra demanda al día para este desayuno es de 5 platos, con respecto a esto, se saca el costo del plato al día, mes, y año, en donde nuestro costo total al año tiene un valor de \$22.257.000 pesos colombianos.

❖ **Almuerzo 2**

Figura 58. Almuerzo 2

	Ingredientes	Cantidad	Día	Mes	Año
Almuerzo 2	Carne de lenteja	\$ 15.137,31	\$ 90.823,85	\$ 2.361.420,00	\$ 28.337.040,00
	Quinoa organica				
	Vegetales				
Total					\$ 28.337.040,00

Como se puede observar en la imagen, el desayuno 1 tiene un costo total del plato de \$15.137 pesos colombianos. Nuestra demanda al día para este desayuno es de 6 platos, ya que nuestra población objetivo, se escogió que era el plato de desayuno más sobresaliente del restaurante en la muestra empresarial. Con respecto a esto, se saca el costo del plato al día, mes, y año, en donde nuestro costo total al año tiene un valor de \$28.337.040 pesos colombianos.

❖ **Almuerzo 3**

Figura 59. Almuerzo 3

	Ingredientes	Cantidad	Día	Mes	Año
Almuerzo 3	Filete de contramuslos	\$ 12.117,31	\$ 60.586,54	\$ 1.575.250,00	\$ 18.903.000,00
	Quinoa organica				
	Vegetales				
Total					\$ 18.903.000,00

Como se puede observar en la imagen, el almuerzo 1 tiene un costo total del plato de \$12.117 pesos colombianos. Nuestra demanda al día para este desayuno es de 5 platos, con respecto a esto, se saca el costo del plato al día, mes, y año, en donde nuestro costo total al año tiene un valor de \$18.903.000 pesos colombianos.

❖ **Costo total de materia prima**

Nuestro costeo total de materia prima al año, sumando los tres tipos de desayunos y los tres tipos de almuerzo, tiene un costo de \$128.474.992 pesos colombianos al año.

12. Estructura organizacional

12.1. Misión

Brindar platos de comida saludable con productos orgánicos y de calidad que satisfacen a los consumidores en la ciudad de Villavicencio.

12.2. Visión

Para el 2024, ser una empresa de alta calidad sobre comida saludable, en donde podamos prestar un servicio amable hacia nuestros clientes, ser percibidos y captar la atención de nuevos clientes, y que se sientan a gusto con nuestro servicio y platos de comida saludable con productos orgánicos.

12.3. Nombre de la empresa (Orgánico y Saludable) y plan organizacional

El nombre se origina a través de nuestros platos saludables y formamos “orgánico y saludable”, la cual, en la parte del plato, nos basamos en componer y formar productos se enfoca como lo indica nuestro modelo de negocio, en ofrecer algo saludable. Nuestro logo se origina por el color verde y blanco, en donde el color blanco muestra pureza, un nuevo comienzo en nuestro aspecto, el color verde muestra Naturaleza, serenidad, frescura, en donde queremos brindar nuestra frescura y sabor en nuestros platos saludables.

Nuestro slogan se basa en nuestra frase “de la tierra al plato” en donde buscamos ofrecer platos saludables basándonos en nuestros productos producidos en nuestra tierra, de forma verde donde representa la naturaleza y lo orgánico.

Figura 60. Logo Orgánico y saludable



12.4. Estructura legal – jurídica

La empresa Orgánico y Saludable, dentro de la estructura legal y jurídica en el país de Colombia, tiene tres estructuras que veremos a continuación:

- Cámara de comercio: Matricula mercantil de la empresa.
- Rut: Registro único tributario.
- Afiliación de empleados: Salud, pensión y ARL.

12.5. Planeación estratégica

A continuación, se mostrará nuestra planeación estratégica de la empresa:

❖ Cliente

- ✓ Atención al cliente y envío de menú.
- ✓ Toma de pedido.
- ✓ Pago en efectivo o transferencia y tiempo estimado del plato.
- ✓ Servicio de transporte del producto.

❖ Restaurante

- ✓ Preparación de elementos y dejar listo los productos para la transformación al plato.
- ✓ Toma de pedido y llevárselo al chef.
- ✓ Preparación del plato.

- ✓ Empaque del plato.
- ✓ Recibir el pago en transferencia o en efectivo cuando llegue el domicilio y transporte del producto por medio del domiciliario y recibir el pago si es por efectivo.

12.6. Objetivos estratégicos

La empresa Orgánico y Saludable pretende:

- ✓ Generar confianza alcanzando la excelencia en todo lo que hacemos.
- ✓ Aplicar nuevas ideas para superar las expectativas de los clientes y obtener eficacia en el servicio.

12.7. Estructura orgánica y requerimientos de personal

La empresa Orgánico y Saludable, por medio del siguiente organigrama, se mostrará a continuación los empleados que tendrá la empresa.

Figura 61. Organigrama



Como se puede observar en la imagen, la empresa trabajara con 5 empleados que se constituye administrador, Chef, auxiliar de chef, auxiliar de caja y domiciliario.

12.8. Sueldo de los trabajadores

Figura 62. Sueldo de los trabajadores

EMPRESA: Organico y Saludable												
NIT												
AÑO: 2023												
LOGO	NOMBRE	Sueldo Básico	DÍAS LIQUIDAD	SALARIO	AUIRDO TRANSPTE	HORA EXTRA	TOTAL DEVENGADO	SALUD 4%	PENSION 4%	TOTAL DEDUCCION	NETO PAGADO	FIRMA
	Administrado	2.000.000	30	2.000.000	140.606		2.140.606	80.000	80.000	160.000	1.980.606	
	Chef	1.600.000	30	1.600.000	140.606		1.740.606	64.000	64.000	128.000	1.612.606	
	Auxiliar Chef	1.300.000	30	1.300.000	140.606		1.441.212	52.024	52.024	104.048	1.337.164	
	Domiciliario	1.300.000	30	1.300.000	140.606		1.441.212	52.024	52.024	104.048	1.337.164	
	Auxiliar caja	1.300.000	30	1.300.000	140.606		1.441.212	52.024	52.024	104.048	1.337.164	
	TOTALES	7.501.818	30	7.501.818	703.030	0	8.204.848	300.073	300.073	600.146	7.604.703	

SEGURIDAD SOCIAL		
S. SOCIAL	%	MENSUAL
SALUD	8,50%	617.035
PENSION	12%	900.218
ARL	0,690%	52.213
TOTAL		1.570.085

PARAFISCALES		
CONCEPTO	%	MENSUAL
CCF	4%	300.073
ICBF	3%	225.055
SENA	2%	150.036
TOTAL		675.164

PRESTACIONES SOCIALES		
CONCEPTO	%	MENSUAL
CESTANTIAS	8,33%	683.464
INTERESES	1,00%	82.048
PRIMA	8,33%	683.464
VACACIONES	4,17%	312.826
TOTAL		1.761.802

TOTAL	\$ 12.231.898,93
Total año	\$ 146.782.787,17

La empresa orgánico y saludable tiene 5 empleados y varían el sueldo dependiendo del rango. Se tiene para que la empresa se pague un total al mes de \$12.231.898 pesos colombianos y al año \$146.782.787 pesos colombianos.

12.9. Manual de funciones

Figura 63. Manual de funciones

MANUAL DE FUNCIONES			
Denominación del cargo:	Administrador	Jefe inmediato:	Ninguno
Número de personas a cargo	4	Jornada de trabajo:	12 horas
Salario Básico	\$2'140.606 – Dos millones de pesos ciento cuarenta y un mil seiscientos seis pesos	Salario Variable:	No aplica
Responsabilidad	Coordinar el recurso humano y gestionar las diferentes áreas de Orgánico y Saludable en la empresa.		

Figura 63. Continuación

Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar los horarios y funciones de los trabajadores. • Gestionar los insumos y materias primas que se necesiten en el restaurante. • Generar informes de ventas. • Generar informes enfocados a la gestión del cliente (preferencias, sugerencias y servicio post venta). • Dirigir la empresa hacia la mejora continua y satisfacción de los clientes.
Requerimientos del cargo	<p>Educativos y aptitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Profesional en administración de empresas o carreras afines. • Manejo de Office: Word y Excel. • Manejo de personal y gestión de servicio al cliente. • Conocimientos básicos en restaurantes.
	<p>Experiencia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Al menos 1 año en cargos similares.
	<p>Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicación asertiva. • Liderazgo. • Responsabilidad. • Compromiso. • Trabajo en equipo.

Figura 64. Manual de funciones

MANUAL DE FUNCIONES			
Denominación del cargo:	Chef	Jefe inmediato:	Administrador
Número de personas a cargo	1	Jornada de trabajo por día:	12 horas
<p>Salario variable</p> <p style="text-align: center;">\$ 1.740.000 pesos</p>			
Responsabilidad	Seguir la lista de preparación creada por el parrillero para apoyar de manera eficaz y oportuna los platos requeridos por los clientes.		

Figura 64. Continuación

Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ● Medir los ingredientes y condimentos que se van a utilizar al cocinar. ● Preparar los platos de comida ● Aplicar normas de higiene, seguridad alimentaria y prevención de riesgos en cocina. ● Cumplir las pautas sanitarias y nutricionales. ● Realizar la limpieza de la cocina. ● Realizar el menú establecido por pedido.
Requerimientos del cargo	<p>Educativos y habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Profesional de culinaria. ● Certificado de manipulación de alimentos. ● Conocimiento de las reglas de salud y seguridad en la cocina ● Responsabilidad ● Trabajo en equipo
	<p>Experiencia</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Al menos 1 año en cargos similares.

Figura 65. Manual de funciones

MANUAL DE FUNCIONES			
Denominación del cargo:	Auxiliar de cocina	Jefe inmediato:	Chef
Número de personas a cargo	0	Jornada de trabajo por día:	12 horas
<p>Salario variable</p> <p style="text-align: center;">\$ 1.441.212 pesos</p>			
Responsabilidad	Seguir la lista de preparación creada por el chef para apoyar de manera rápida y efectiva los platos creados en la cocina		

Figura 65. Continuación

<p>Funciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Organizar los productos y dejarlos ubicados en las estanterías. ● Cumplir con las pautas que deje el chef. ● Medir los ingredientes y condimentos que se van a utilizar al cocinar. ● Aplicar normas de higiene, seguridad alimentaria y prevención de riesgos en cocina. ● Cumplir las pautas sanitarias y nutricionales. ● Realizar la limpieza de la cocina. ● Realizar los objetivos que tiene el chef ● Empacar los platos de comida y dejárselos al domiciliario
<p>Requerimientos del cargo</p>	<p>Educativos y habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tecnólogo de culinaria. ● Certificado de manipulación de alimentos. ● Conocimiento de las reglas de salud y seguridad en la cocina ● Responsabilidad ● Trabajo en equipo <p>Experiencia</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Al menos 1 año en cargos similares.

Figura 66. Manual de funciones

<p align="center">MANUAL DE FUNCIONES</p>			
<p>Denominación del cargo:</p>	<p>Domiciliario</p>	<p>Jefe inmediato:</p>	<p>Administrador</p>
<p>Número de personas a cargo</p>	<p>0</p>	<p>Jornada de trabajo por día:</p>	<p>15 horas</p>
<p>Salario variable unitario</p> <p align="center">\$ 1.441.212 pesos</p>			
<p>Responsabilidad</p>	<p>Cumplir con los pedidos solicitados por la empresa y llegar en buen estado los productos</p>		

Figura 66. Continuación

Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ● Empacar los productos correctamente en el medio de transporte ● Llegar en el momento exacto del servicio ● Ser cordial ● Cumplir con los servicios
Requerimientos del cargo	<p>Educativos y habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Bachillerato cursado ● Licencia de conducción A2 ● Tomar cursos de capacitación ● Responsabilidad ● Trabajo en equipo
	<p>Experiencia</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Al menos 1 año en cargos similares.

Figura 67. Manual de funciones

MANUAL DE FUNCIONES			
Denominación del cargo:	Auxiliar de caja	Jefe inmediato:	Administrador
Número de personas a cargo	0	Jornada de trabajo por día:	12 horas
Salario variable \$ 1.441.212 pesos			
Responsabilidad	Recepción de pedidos solicitados por los clientes, manejo de caja, entre otros.		

Figura 67. Continuación

Funciones	<ul style="list-style-type: none">● Organizar los productos y dejarlos ubicados en las estanterías.● Recepción de pedidos● Estar pendiente de la publicidad en los distintos medios● Empaque de productos
Requerimientos del cargo	Educativos y habilidades <ul style="list-style-type: none">● Experiencia en caja● Publicidad en redes● Responsabilidad● Trabajo en equipo
	Experiencia <ul style="list-style-type: none">● Al menos 1 año en cargos similares.

13. Análisis de costos y gastos administrativos

En nuestro análisis de costo de venta, cabe recordar que en los cálculos que hicieron anteriormente en la sección del cálculo de materia prima, incluye la mano de obra del chef y del auxiliar de cocina con respecto a su salario, la materia prima para hacer un plato de comida, los servicios y el empaque, donde tenemos un costo anual de \$128.500.000 pesos colombianos.

Figura 68. Gastos

NOMBRE	Sueldo Básico	DÍAS LIQUIDADADO	SALARIO	AUXILIO TRANSPTE	HORA EXTRA	TOTAL DEVENGADO	SALUD 4%	PENSION 4%	TOTAL DEDUCCION	NETO PAGADO	Año	Publicidad
Domiciliario	1.300.606	30	1.300.606	140.606	0	1.441.212	52.024	52.024	104.048	1.337.164	\$ 17.294.544,00	\$ 200.000,00
Total											\$ 17.494.544,00	

Gastos de ventas y marketing: En estos gastos, se incluye el salario de nuestro domiciliario al año y el marketing que se le hace a la empresa, donde se pagara por publicidad \$200.000 pesos colombianos. El gasto administrativo total es de \$17.494.544 pesos colombianos al año.

Figura 69. Gastos de venta y marketing

NOMBRE	Sueldo Básico	DÍAS LIQUIDADADO	SALARIO	AUXILIO TRANSPTE	HORA EXTRA	TOTAL DEVENGADO	SALUD 4%	PENSION 4%	TOTAL DEDUCCION	NETO PAGADO	Año
Administrador	2.000.000	30	2.000.000	140.606		2.140.606	80.000	80.000	160.000	\$ 1.980.606,00	\$ 25.687.272,00
Auxiliar caja	1.300.606	30	1.300.606	140.606		1.441.212	52.024	52.024	104.048	\$ 1.337.163,52	\$ 17.294.544,00
Total											\$ 42.981.816,00

Gastos administrativos y generales: En estos gastos administrativos y generales, sumamos el salario del administrador y de la auxiliar de caja, donde nos da un valor de \$42.981.816 pesos colombianos al año.

Figura 70. Arriendo y servicio de agua.

Costo de alquiler por mes	
Arriendo	\$ 600.000,00
Servicio de agua	\$ 50.000,00
Total	\$ 650.000,00
Total año	\$ 7.800.000,00

Arriendo: valor de \$7.800.000 millones de pesos colombianos al año.

14. Estudio financiero

14.1. Análisis de inversión

Para nuestro análisis de inversión, se tuvo en cuenta el arriendo, el sueldo de los trabajadores y la materia prima. Cabe resaltar que estos tres ítems son solo para el primer mes, y, por último, tenemos la inversión de la maquinaria y otro ítem si la empresa necesita una ayuda económica. A continuación, se mostrará nuestro análisis de inversión.

Figura 71. Análisis de inversión

Análisis de inversión		
1. No depreciable		
Nombre	Tiempo	Valor
Arriendo	1 mes	\$ 1.000.000,00
1.2 Depreciable		
Nombre	Tiempo	Valor
Maquinaria y equipo	5 años	\$ 25.000.000,00
2. Costo de operación		
Nombre	Tiempo	Valor
Materia prima	1 mes	\$ 10.708.000,00
3. Gastos		
Nombre	Tiempo	Valor
Sueldo trabajadores	1 mes	\$ 8.204.848,00
Otros		\$ 1.000.000,00
Suma total		\$ 45.912.848,00

Características de la inversión inicial:

- ❖ El arriendo, la materia prima y el sueldo de los trabajadores están fijado en un mes, mientras la empresa se acomoda. Ya para los demás meses y años se solventan estos costos y gastos con las ventas de platos de comida saludable.
- ❖ La maquinaria tiene un valor de \$25.000.000 pesos colombianos.
- ❖ En el ítem otros, es para solventar por si la empresa necesita un recurso económico. Para esto, se estipulo una cantidad de \$1.000.000 pesos colombianos.

Como se puede observar en la imagen, Orgánico y Saludable necesita sacar un préstamo bancario para solventar la inversión, esta inversión inicial tiene un valor de \$45.912.848 pesos colombianos.

14.2. Presupuesto de ingresos

De acuerdo con nuestro formulario, se deben generar 230 platos de comida saludable para nuestros clientes. Para ello, se estableció el precio de materia prima y el costo de los trabajadores para así hallar el costo total del plato y cuanto beneficio le voy a sacar el plato.

Figura 72. Estimación y beneficio

Votacion	Cantidad de personas	Porcentaje
Personas encuestadas	404	100%
Personas que votaron si	230	57%
Votacion	Cantidad de personas	Cantidad de platos al día
Estimacion de platos	230	33

Se hizo una regla de 3 en donde el 57% de la población estaría de acuerdo con pedir platos de comida saludable en la semana, lo cual, se hace la estimación para sacar la cantidad de platos al día, cabe resaltar que la estimación de los platos se obtuvo por medio de nuestra encuesta enfocada en nuestro mercado objetivo.

Nuestra estimación de platos al día es de 33 platos, cabe resaltar que, de estos 33 platos, se deben dividir en los desayunos y almuerzos que ofrece la empresa orgánico y Saludable, lo cual, para la línea de desayunos se deben realizar 16 desayunos y para la línea de almuerzos serian 17 platos.

Figura 73. Beneficios de los platos venta

Platos de comida	Costo del plato (Mo, Mp, servicios y empaque)	Costo beneficio del plato	Transporte del domicilio	Costo total del plato
Plato 1 (30%)	\$ 13.873,00	\$ 18.034,90	\$ 6.500,00	\$ 24.534,90
Plato 2 (30%)	\$ 11.937,00	\$ 15.518,10	\$ 6.500,00	\$ 22.018,10
Plato 3 (30%)	\$ 11.997,00	\$ 15.596,10	\$ 6.500,00	\$ 22.096,10
Plato 4 (50%)	\$ 14.267,00	\$ 21.400,50	\$ 6.500,00	\$ 27.900,50
Plato 5 (50%)	\$ 15.137,00	\$ 22.705,50	\$ 6.500,00	\$ 29.205,50
Plato 6 (50%)	\$ 12.117,00	\$ 18.175,50	\$ 6.500,00	\$ 24.675,50

Se hizo un cálculo en donde muestra el total de plato sin beneficios, donde representa el costo de mano de obra, materia prima, empaque, y servicios. En el siguiente cuadro, muestra el beneficio que se le sacara a los platos, cabe resaltar que para los desayunos se sacara un beneficio

del 30% y para los almuerzos un 50%.

Orgánico y Saludable implementara el servicio de transporte, el cual, tiene un valor de \$6.500 pesos colombianos, en la última tabla muestra el valor final de cada plato.

Características de ingresos

- ❖ Se estableció que, en los desayunos, como tenemos una estimación de venta de 16 desayunos, el desayuno 1 se venderán 6 platos y para los otros dos tipos se venderán 5 platos al día. Se escogió el desayuno 1 ya que fue el que más le gusto a nuestro público por medio de nuestra muestra empresarial.
- ❖ Se estableció que, para los almuerzos, el plato más costoso, se van a vender 6 platos, y para los demás almuerzos, se van a vender 5 al día por cada tipo. Se escogió el almuerzo 2 ya que fue el que más le gusto a nuestro público por medio de nuestra muestra empresarial.
- ❖ El precio de venta de cada plato incluye el transporte del domicilio.

Figura 74. Ingresos

Ingresos									
Platos de comida	Costo del plato (Mp, Mo, Svc y Empaque)	Precio de venta cada plato	Venta de plato al día	Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Desayuno 1	\$ 13.872,56	\$ 24.534,33	\$ 147.206,00	\$ 3.827.356,00	\$ 45.928.272,00	\$ 48.224.685,60	\$ 50.635.919,68	\$ 53.167.715,67	\$ 55.826.101,67
Desayuno 2	\$ 11.936,51	\$ 22.017,46	\$ 110.087,30	\$ 2.862.269,80	\$ 34.347.237,60	\$ 36.064.599,48	\$ 37.867.829,45	\$ 39.761.220,93	\$ 41.749.281,97
Desayuno 3	\$ 11.997,31	\$ 22.096,50	\$ 110.482,50	\$ 2.872.545,00	\$ 34.470.540,00	\$ 36.194.067,00	\$ 38.003.770,35	\$ 39.903.958,67	\$ 41.899.156,81
Almuerzo 1	\$ 14.267,31	\$ 27.900,96	\$ 139.504,81	\$ 3.627.125,00	\$ 43.525.500,00	\$ 45.701.775,00	\$ 47.986.863,75	\$ 50.386.206,94	\$ 52.905.517,28
Almuerzo 2	\$ 15.137,31	\$ 29.265,96	\$ 175.235,77	\$ 4.556.130,00	\$ 54.673.560,00	\$ 57.407.238,00	\$ 60.277.599,90	\$ 63.291.479,90	\$ 66.436.033,89
Almuerzo 3	\$ 12.117,31	\$ 24.675,96	\$ 123.379,81	\$ 3.207.875,00	\$ 38.494.500,00	\$ 40.419.225,00	\$ 42.440.186,25	\$ 44.562.195,56	\$ 46.790.305,34
Suma	\$ 79.328,30	\$ 150.431,18	\$ 805.896,18	\$ 20.953.300,80	\$ 251.439.609,60	\$ 264.011.590,08	\$ 277.212.169,58	\$ 291.072.778,06	\$ 305.626.416,97

Como se puede observar en la imagen, ya teniendo nuestro costo de venta de cada plato, se va a multiplicar por nuestra demanda. En este caso, el primer desayuno se multiplica por 6 personas y las otras dos líneas de desayuno por 5 ya que nuestra demanda de clientes que van a solicitar platos en el día es de 16 desayunos. (Al igual que con los almuerzos, para el del almuerzo 2, se multiplica por 6 y los demás por 5). Después, se hizo la estimación al mes que es multiplicar por 26 en cada plato de comida, y para el año, sería multiplicarlo por 12 que son la cantidad de meses en el año.

- **Factores a tener en cuenta:** Cabe mencionar según el índice de precios al Consumidor brindado por el DANE, en lo que va del 2022, es decir, hasta octubre ya se ha presentado una variación porcentual total del 10,08% con respecto al año pasado. Por este motivo se tomará un incremento del 5% para cada año en el costo de las ventas.

Nuestras ganancias en cada año, se ven reflejados en los cuadros verdes, en donde para nuestro primer año, tenemos ingresos de 251.439.609 millones de pesos colombianos y va aumentando en la tasa del 5% a medida que transcurren los años.

14.3. Presupuesto de egresos

Para el presupuesto de egresos, se tuvo en cuenta los costos y gastos que va tener la empresa, en este caso, está relacionado con el costo total del plato (Mo, Mp, servicios, empaque), gasto de ventas y administrativas, arriendo, préstamo e impuestos.

Figura 75. Egresos

Egresos		
Items	Mes	Año
Costo total del plato (Mo, Mp, srv, empaque)	\$ 10.706.249,25	\$ 128.474.992,00
Gasto de venta (dom) y marketing	\$ 1.457.878,67	\$ 17.494.544,00
Gasto adm trabajadores (Adm, caja)	\$ 3.581.818,00	\$ 42.981.816,00
Arriendo	\$ 650.000,00	\$ 7.800.000,00
Préstamo	\$ 1.316.667,00	\$ 15.800.004,00
Impuesto de renta (35%) e impuesto de Camara (53.900)	\$ 1.570.555,00	\$ 18.846.663,00
Suma total al año		\$ 231.398.019,00

Como se puede observar en la imagen, se hizo el respectivo cálculo de los 6 ítems a nivel mensual y anual. Nuestra totalidad de egresos para la empresa Orgánico y Saludable tiene un valor de \$231.398.019 pesos colombianos.

14.4. Presupuesto de efectivo

En nuestro presupuesto de efectivo, se tiene en cuenta lo que genero la empresa, en este

caso, sería la venta de platos de comida saludable, y se le resta nuestros costos, gastos, e impuestos.

Figura 76. Presupuesto primer año

Presupuesto de efectivo	
Ventas	\$ 251.439.609,00
Total ingresos	\$ 251.439.609,00
Costo total del plato	\$ 128.474.992,00
Gasto de venta	\$ 17.494.544,00
Gasto administrativo	\$ 42.981.816,00
Arriendo	\$ 7.800.000,00
Prestamo	\$ 15.800.000,00
Impuesto de renta y camara de comercio	\$ 18.846.663,00
Total de egresos	\$ 231.398.015,00
Presupuesto de efectivo	\$ 20.041.594,00

Como se puede observar en la imagen, nuestro presupuesto de efectivo es de \$20.041.594 pesos colombianos.

14.5. Estados de ganancias y perdidas

En nuestro estado de resultados, la idea es mostrarlo a 5 años y para saber cuánto me genera la empresa y cuanto me va disminuir en cuanto a costo y gastos, arriendo, depreciación de los equipos, intereses del préstamo y los impuestos generados por el país. A continuación, se mostrará el estado de resultados.

Figura 77. Estado de resultados

Estado de resultados						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Ventas (venta del plato, domicilio)	\$ 251.439.609,00	\$ 264.011.390,00	\$ 277.212.189,38	\$ 291.072.778,06	\$ 305.626.416,97	\$ 1.389.362.564,29
Costo de ventas (Mo, Ma, servicios, empaque)	\$ 128.300.000,00	\$ 134.929.000,00	\$ 141.671.200,00	\$ 148.754.812,90	\$ 156.192.503,13	\$ 710.643.613,63
Utilidad bruta	\$ 122.338.609,00	\$ 129.086.890,00	\$ 135.540.989,38	\$ 142.317.965,16	\$ 149.433.913,84	\$ 678.318.948,67
Gastos de ventas y marketing (don. país)	\$ 17.494.544,00	\$ 18.019.380,32	\$ 18.599.961,73	\$ 19.116.760,58	\$ 19.690.263,40	\$ 92.880.910,03
Gastos administrativos y generales (adm. local)	\$ 42.981.816,00	\$ 44.271.270,48	\$ 45.599.408,59	\$ 46.967.390,85	\$ 48.270.412,38	\$ 228.186.298,50
Arriendo	\$ 7.800.000,00	\$ 7.800.000,00	\$ 7.800.000,00	\$ 7.800.000,00	\$ 7.800.000,00	\$ 39.000.000,00
Total gastos	\$ 68.276.360,00	\$ 70.090.650,80	\$ 71.999.370,32	\$ 73.884.153,43	\$ 75.866.675,98	\$ 370.877.208,51
Utilidad operativa	\$ 54.062.249,00	\$ 58.996.239,20	\$ 63.541.619,06	\$ 68.433.811,73	\$ 73.567.237,86	\$ 318.241.740,13
Depreciacion	\$ 4.937.960,00	\$ 4.452.000,00	\$ 4.452.000,00	\$ 4.452.000,00	\$ 4.452.000,00	\$ 22.780.000,00
Intereses prestamo	\$ 18.200.000,00	\$ 18.200.000,00	\$ 18.200.000,00			\$ 54.600.000,00
Impuesto (país)	\$ 19.132.137,36	\$ 20.648.578,75	\$ 22.293.541,24	\$ 23.951.894,99	\$ 25.740.513,75	\$ 111.734.605,09
Impuesto (camara de comercio) Total Imp.	\$ 53.800,00	\$ 293.000,00	\$ 296.000,00	\$ 299.000,00	\$ 302.000,00	\$ 1.243.000,00
Utilidad neta	\$ 12.305.132,34	\$ 15.402.360,33	\$ 18.580.007,02	\$ 21.790.979,28	\$ 24.064.672,11	\$ 128.683.151,09

Como se puede observar en la imagen, nuestra ganancia para el primer año es de \$12.305.132, para el año 2 es de \$15.402.360, año 3 \$18.380.007 año 4 \$39.730.979 y para el último año \$43.064.672 en pesos colombianos.

14.6. Balance general

A continuación, se mostrará nuestro balance general en nuestra empresa.

Figura 78. Balance general

EMPRESA ORGANICO Y SALUDABLE 1 AÑO			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Efectivo	\$ 226.447.000,00	Obligaciones financieras (Préstamo)	\$ 1.316.667,00
Inversiones		Proveedores (Taeq, Moringa)	\$ 15.309.590,00
Cuentas por cobrar		Cuentas por pagar (Arriendo y Srvc)	\$ 11.160.000,00
Inventario (MP)	\$ 15.309.590,00	Cuentas por pagar (salario)	\$ 146.782.787,00
Pagos anticipados		Total PASIVO CORRIENTE	\$ 174.569.044,00
		PASIVO NO CORRIENTE	
		Obligaciones a largo plazo	
		TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 241.756.590,00	TOTAL PASIVOS	\$ 174.569.044,00
ACTIVO NO CORRIENTE		PATRIMONIO	
Maquinaria	\$ 24.839.900,00	Capital persona natural (ganancias)	\$ 81.940.730,00
Depreciación de maquinaria	\$ 4.697.980,00	Utilidad neta	\$ 14.784.696,00
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 29.537.880,00	TOTAL PATRIMONIO	\$ 96.725.426,00
Total Activos	\$ 271.294.470,00	PASIVO + PATRIMONIO	\$ 271.294.470,00

14.7. Indicadores y evaluación financiera

Para saber si el proyecto es viable o no, se hicieron los respectivos cálculos en cuanto a la Tir teniendo en cuenta nuestra inversión inicial. A continuación, se mostrará la imagen con el respectivo calculo y análisis.

Figura 79. Indicadores

Inversión inicial	-\$ 45.912.848,00
Año 1	\$ 12.305.132,24
año 2	\$ 15.402.360,53
Año 3	\$ 18.380.007,02
Año 4	\$ 39.730.979,18
Año 5	\$ 43.064.672,11
TIR	36%

Como se puede observar en la imagen, nuestra inversión inicial es de \$45.912.848 y en donde por medio de nuestro estado de resultados, cada año representa nuestra utilidad neta, teniendo así que la Tir nos da un 36% y nos muestra que la empresa es rentable.

15. Análisis de impactos

15.1. Impactos económicos

- ✓ Aumento en los restaurantes de comida saludable: Este modelo de negocio tendría un impacto fuerte en la ciudad de Villavicencio, ya que en el mercado no se muestran muchas empresas de comida saludable con productos orgánicos y captaría la atención del cliente.
- ✓ Generación de ingresos por parte de la empresa: Al tener un impacto en la ciudad de Villavicencio, se abrirán muchas puertas y se moverá mucho más la empresa por la innovación de la misma y por su sistema que tiene de manera virtual.

15.2. Impactos sociales

- ✓ Cultura saludable y orgánica: Este proyecto tendrá un impacto social muy elevado y más en esta ciudad, la cual, es una ciudad gastronómica en donde se consume mucha grasa o no se lleva una buena alimentación y tener una empresa donde brinde platos de comida saludable con productos orgánicos, genera un impacto social grande y con la innovación de la empresa en el mercado.
- ✓ Domicilio: Este restaurante tendrá un impacto social porque no es una tendencia a lo que están acostumbrado el público de tener un punto físico, sino que se brindara la venta del producto y transportarlo a cualquier parte de la ciudad donde lo necesite el cliente sin la necesidad de ir al restaurante.

15.3. Impactos ambientales

- ✓ Consumo de energía: La empresa requiere energía, agua y gas para la elaboración de los productos y de no generar basura dentro de la empresa. Además, se debe llevar a cabo un control de calidad de nuestros productos para no generar residuos dentro y fuera del trabajo.

16. Conclusiones

✓ El estudio realizado, se concluye que a las personas les gusta el modelo de negocio y tiene una gran aceptación en el mercado. Además, es un nuevo modelo de negocio enfocado en una línea orgánica donde capta la atención del cliente.

✓ El proyecto Orgánico y Saludable es viable, donde por medio del análisis financiero, se puede analizar las ganancias que obtendría a corto y largo plazo y recalcar las obligaciones, costos y gastos que tiene la empresa.

Referencias

- Ayala Maury, R.A, & Miranda Charris, J.J.D.J. (2024). Plan de negocio para la creación de un restaurante saludable con base de aguacates en la ciudad de santa marta. [Universidad Antonio Nariño]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.uan.edu.co/server/api/core/bitstreams/87ec4b8e-02de-459c-9cb7-322ef9d7abf6/content>.
- Bejarano Arias, L. A. (2020). Investigar la viabilidad para la implementación de un restaurante de comida saludable en el parque principal de Bavaria de la ciudad de Bogotá. [Universidad Santo Tomas]. Repositorio Institucional <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/35114>.
- Bendezú, J.M.B.& Joyo, C.F. (2019). Plan de negocio para la creación de un restaurante de comida saludable Vegano en el distrito de San Isidro. [Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/fd445bbb-18d4-4b54-a010-bfb10b6be126>
- Chacon Rojas, L. J. (2019). Negocios de un restaurante con insumos saludables y orgánicos para ejecutivos del Centro Financiero Empresarial San Isidro. [Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/27f9c233-8dae-4715-b96c-f9210e18101d>.
- Comisión económica para América Latina y el Caribe (C.E.P.A.L). (2018). Una mirada regional al acceso y tendencia de tecnologías de la información comunicaciones tic. <https://www.cepal.org/es/enfoques/mirada-regional-al-acceso-tenencia-tecnologias-la-informacion-comunicaciones-tic-partir>.
- Communications. (2023, 25 septiembre). Siete ideas de emprendimiento para impulsar la comida saludable. *BBVA Noticias*. <https://www.bbva.com/es/innovacion/siete-ideas-de-emprendimiento-para-impulsar-la-comida-saludable/>.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (marzo de 2021). Valor agregado por municipio.file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/210310-InfoDane-VillavicencioMeta.pdf.

- Diario El Espectador. (2022, 19 julio). Ecorestaurante colombiano impulsa con su propuesta a productores orgánicos. Redacción EFE. <https://www.elespectador.com/gastronomia-y-recetas/ecorestaurante-colombiano-impulsa-con-su-propuesta-a-productores-organicos/>.
- El comercio (2017, 30 abril). Cinco apps para aprender a comer de manera saludable. [elcomercio.pe https://elcomercio.pe/tecnologia/actualidad/cinco-apps-aprender-comer-manera-saludable-fotos-421841-noticia/?ref=ecr](https://elcomercio.pe/tecnologia/actualidad/cinco-apps-aprender-comer-manera-saludable-fotos-421841-noticia/?ref=ecr).
- El País. (2012, octubre 16). El consumo de comidas fuera del hogar alcanzará \$24 billones. El País. <https://www.elpais.com.co/economia/el-consumo-de-comidas-fuera-del-hogar-alcanzara-24-billones.html>.
- Granada Franco, O. (2016). Factibilidad de la creación de un restaurante de alimentos orgánicos en la ciudad de Pereira. [Universidad católica de Pereira]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.ucp.edu.co/entities/publication/c0164485-43c7-4655-8e24-49c72684b57f>.
- Lopez Gonzales, R. D. P., Laines Morales, J. P., Torpoco De La Cruz, L. A., & Layme Heredia, G. K. (2022). Plan de negocio para la implementación de un restaurante de comida criolla orgánica y balanceada. [Universidad Peurana de ciencias básicas]. Repositorio Institucional. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/669674>.
- Moya, D. (2023, 11 diciembre). Modelo Canvas canales de distribución Emprender fácil. <https://www.emprender-facil.com/modelo-canvas/el-modelo-de-negocio-canvas/canales-de-distribucion-canvas/>.
- Ortiz Quiñonez, L y Pocquet Suárez, V. (2017). Plan de negocios de un restaurante orgánico en Villa de Leyva. Bogotá. [Universidad Externado de Colombia]. Repositorio Institucional. <https://bdigital.uexternado.edu.co/entities/publication/9de10bff-b1cf-477b-9295-8a1779bde786>.
- Osorio Mesa, S, & Giraldo Echavarría, P.A. (2016). Desarrollo de una estrategia comercial para Natto Mercado y cocina. <https://repository.eia.edu.co/entities/publication/f5b24673-0d06-4b73-a016-df31d0176858>.
- Rico, M.A.R. (2020, 28 febrero). 60% de la población colombiana tiene malas costumbres a la hora de alimentarse. Diario la República. <https://www.larepublica.co/consumo/seis-decada-10-colombianos-no-saben-alimentarse-bien-2971569>.

Saavedra Paredes, A. (2020). Proyecto de inversión privada de la empresa de gastronomía orgánica “Pacha Restaurante”. [Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio Institucional. [Http://hdl.handle.net/20.500.12423/3666](http://hdl.handle.net/20.500.12423/3666).