

PLAN DE NEGOCIO: “CANTAR DE LOS CANTARES”



**Laura Sofia Florez Lopera
Brayan Camilo Lamilla Useche**

Proyecto Empresarial

Facultad de Administración de Empresas

Universidad Santo Tomás

Bogotá D.C

2024

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	4
Justificación	4
Problema.....	5
Objetivos del plan	6
Descripción preliminar básica del Servicio	7
Metodología	9
Futuro general del sector	10
PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	12
Misión.....	12
Visión	12
Análisis del sector económico	12
Objetivos estratégicos, tácticos y operacionales	15
Filosofía del negocio	16
Know How.....	16
CONCEPTO DEL SERVICIO	18
Especificaciones del servicio	18
Usos y manejo del servicio	19
Imagen	21
Marca.....	22
Logo.....	23
Slogan.....	23
Modelo de negocio	23
ESTUDIO DE MERCADO.....	25
Investigación del mercado	25
Análisis de la demanda	30
Nicho de mercado.....	35
Determinación del precio.....	35
Pronóstico de ventas	39
PLAN DE MERCADEO	43
Estrategias de distribución.....	43
Estrategias de promoción.....	44
Publicidad-Marketing Mix.....	45
Fidelización.....	46
Postventa-Servicio Al Cliente.....	49
Política de crédito.....	50
ESTUDIO DE OPERACIONES	52
Descripción y formalización del proceso	52
Distribución de planta.....	54
Costos de producción.	57
Inversiones en infraestructura	58

Inversiones en capital de trabajo	59
ESTUDIO ORGANIZACIONAL	61
Estructura Organizacional	61
Perfiles de cargo y funciones	61
Requisitos legales del proyecto.....	67
Gastos administrativos.....	69
Metodologías de Motivación	71
Mecanismos de Liderazgo	73
Indicadores de Gestión	74
ESTUDIO FINANCIERO.....	77
Presupuestos.....	77
Flujo de caja.....	79
Estados Financieros Preliminares	80
Indicadores de Evaluación Financiera.....	81
REFERENCIAS.....	82
ANEXOS.....	84

RESUMEN EJECUTIVO

Se ofrece una descripción general del proyecto “El Cantar de los Cantares”, detallando su propósito y los desafíos que pretende abordar junto a sus metas principales. Además se plantean un enfoque metodológico y una explicación detallada del servicio ofrecido; se llevó a cabo un análisis del entorno sectorial para comprender la importancia de la empresa y su potencial impactante en el mercado de eventos en Bogotá.

Justificación

“Cantar de los Cantares” capitalizará la creciente demanda de experiencias culinarias únicas en Bogotá,, especialmente en lugares naturales y tranquilos. Nuestra propuesta de valor reside en brindar un ambiente romántico y acogedor perfecto para celebrar ocasiones especiales; combinado esto junto a una gastronomía de alta calidad elaborada a partir de ingredientes frescos y locales al enfocarnos en los principios cristianos creamos un vínculo especial con un público específico y nos destacamos entre la competencia. La ubicación en un entorno rural de Bogotá no solo brinda un lugar perfecto para descansar y conectarse en la naturaleza; también facilita el acceso para nuestros clientes. Nuestros estudios de mercado reflejan una creciente preferencia por experiencias personalizadas y respetuosas del medio ambiente - ¡algo que encaja perfectamente dentro de nuestra propuesta! Además de esto,nuestros análisis nos permitieron identificar un grupo de personas que buscan un espacio especial para celebrar eventos románticos. Con un sólido modelo de negocio escalable y rentable,” El Cantar de los Cantares “podría convertirse en un punto de referencia en la organización de eventos especiales en Bogotá, promoviendo un impacto positivo en la comunidad y ofreciendo un retorno significativo sobre la inversión.

Problema

En Bogotá, el sector de eventos y restaurantes especializados está observando un aumento en la demanda de experiencias personalizadas que van más allá de un servicio común. No obstante, dicho sector se enfrenta a una significativa falta de opciones que fusionen un ambiente campestre, acogedor y romántico con una oferta gastronómica de calidad superior y un enfoque en valores cristianos. Esta carencia afecta particularmente a parejas, familias y empresas que buscan un entorno único, adaptado a sus valores y necesidades.

Figura 1.
Árbol de problemas



Según el análisis del Árbol de problemas, este fenómeno tiene diversas causas. En primer lugar, la demanda de experiencias personalizadas con valores espirituales ha aumentado entre el público objetivo, que prefiere eventos íntimos en un ambiente natural, acogedor y con un toque especial en sus celebraciones. Sin embargo, la oferta actual se centra

en eventos masivos y estandarizados, lo que complica la satisfacción de estos criterios.

Además, hay una falta de opciones que integren valores cristianos, lo que limita la satisfacción de un nicho de mercado que valora esta alineación en sus celebraciones.

La ausencia de opciones adecuadas provoca varios efectos significativos. La insatisfacción es común entre parejas, familias y empresas que no encuentran espacios que coincidan con sus expectativas de personalización, exclusividad y valores específicos. Esto no solo reduce sus posibilidades de encontrar un lugar apropiado, sino que también frena la innovación en el mercado de eventos de Bogotá, dejando sin atender un nicho con alto potencial de crecimiento. Además, esta situación pierde oportunidades para servicios de alta calidad que puedan satisfacer esta demanda emergente.

Objetivos del plan

Objetivo Principal

- Desarrollar y llevar a cabo un modelo de negocio innovador para "Cantar de los Cantares" que ofrezca eventos personalizados, en sintonía con valores cristianos y principios de sostenibilidad, destacándose como una alternativa única en el mercado de eventos en Bogotá.

Objetivos Específicos

- Diseñar un plan estratégico integral, definiendo la misión, la visión y los valores del plan de negocio. Incluyendo un análisis del sector económico y una propuesta de valor que demuestre una diferenciación con la competencia
- Realizar un estudio de mercado identificando competencia, demanda, público objetivo, tendencias y oportunidades, para generar un plan de mercado adecuado.

- Elaborar un plan financiero donde se incluyan presupuestos, proyecciones de ingresos y gastos, análisis de costos e indicadores para evaluar la rentabilidad del proyecto.
- Desarrollar los aspectos técnicos del proyecto, definiendo los procesos operativos, la distribución de la planta, los perfiles del equipo, los costos asociados y las herramientas necesarias, garantizando así la viabilidad técnica y operativa.

Descripción preliminar básica del Servicio

Propuesta de valor

Figura 2.
Modelo CANVAS

Actividades claves Gastronomía, Planificación y ejecución de eventos, Gestión de la experiencia del cliente, Promoción y marketing digital, Desarrollo de servicios adicionales.	Segmento de clientes Parejas, Familias, Empresas, Clientes recurrentes y referidos. Recursos Claves Equipo profesional, Localización privilegiada, Infraestructura, Alianzas estratégicas.	Propuesta de Valor Experiencia personalizada y memorable, Gastronomía de autor, Ambiente romántico, Valores cristianos.	Relación con los clientes Atención personalizada, Fidelización, Postventa y seguimiento, Invitaciones a eventos. Canales Sitio web, Redes sociales, Recomendaciones, Eventos de muestra.	Socios claves Proveedores de alimentos, Alianzas con fotógrafos, DJs y planificadores, Redes sociales, Empresas de alquiler de equipos.
Estructura de costos Costos fijos, Costos variables, Inversión en marketing, Gastos en alianzas.		Fuentes de Ingresos Servicio de restaurante, Reservas de eventos, Servicios adicionales, Membresías y referencias, Paquetes premium.		

Nota. Elaboración propia. Lamilla Useche, B.C. & Flórez Lopera, L.S (2024). Proyecto empresarial: Cantar de los Cantares. Bogotá (Colombia): Universidad Santo Tomás

Comprometidos con crear una experiencia única y memorable para cada cliente, “Cantar de los Cantares” ofrece un servicio personalizado desde la decoración hasta la música en vivo, adaptado a los gustos y necesidades específicas de cada ocasión. La cocina de autor combina sabores tradicionales con sabores modernos, utilizando ingredientes frescos y de alta calidad para brindar una experiencia gastronómica excepcional. Además, el espacio

elegante y confortable crea una atmósfera romántica que invita al relax y al disfrute, creando el escenario ideal para cualquier celebración. Guiados por los valores cristianos, como la hospitalidad, la amabilidad, la empatía, el respeto, la integridad, el amor, el servicio, la familia y la comunidad, se esfuerza por ofrecer un ambiente cálido y familiar en todo momento.

Ubicación:

Cantar de los Cantares estará ubicado en el Km 10.5 Via Siberia Tenjo, La Isla, Cundinamarca. Con un espacio de 1500 metros cuadrados donde nos permite tener el restaurante para público general y al mismo tiempo poder brindar un lugar aislado dentro de las mismas instalaciones para los eventos privados.

¿Por qué elegirnos?

- Ubicación privilegiada: Nuestro restaurante se encuentra en un entorno natural, lejos del ruido de la ciudad, pero con fácil acceso.
- Equipo profesional: Contamos con un equipo altamente capacitado y apasionado por lo que hace.
- Servicios adicionales: Ofrecemos una amplia gama de servicios complementarios, como decoración, fotografía, música en vivo y organización de eventos.
- Compromiso con la calidad: Nos esforzamos por superar las expectativas de nuestros clientes en cada detalle.

Nuestros servicios incluyen:

- Eventos sociales: Bodas, cumpleaños, aniversarios, bautizos, comuniones.
- Eventos corporativos: Cenas de gala, lanzamientos de productos, reuniones de equipo.

- Eventos temáticos: Fiestas temáticas, cenas románticas, celebraciones especiales.

Dentro de nuestros menús encontrarán:

- Cocina de Autor
- Experiencia Romántica
- Adaptabilidad para eventos: menús de degustación, a la carta y banquetes
- Opciones vegetarianas y veganas
- Temporalidad: menú a las estaciones del año, utilizando productos frescos y de temporada.
- Temáticos: San Valentín, Navidad o eventos corporativos

Metodología

La metodología del plan de negocio se enfocará en realizar una investigación de mercado estratégica, comenzando con un análisis detallado del sector de eventos y restaurantes especializados. Este análisis incluirá la evaluación de la competencia, tanto directa como indirecta, así como el estudio de las tendencias actuales en el mercado. El objetivo será identificar oportunidades de crecimiento y áreas donde la oferta actual es insuficiente.

Para ello, se utilizará una combinación de herramientas de investigación cualitativa y cuantitativa. Se llevará a cabo una encuesta estructurada dirigida a nuestro público objetivo para recopilar información sobre sus preferencias, expectativas y comportamientos de consumo (Véase Anexo 2). Al mismo tiempo, se realizará una investigación secundaria para identificar qué empresas o emprendimientos dentro del sector tienen un reconocimiento significativo, cuál es su posicionamiento en el mercado y cuáles son los diferenciadores clave en comparación con nuestra propuesta.

Con los resultados de estas investigaciones, se elaborará un perfil detallado de los posibles clientes potenciales y se evaluará la viabilidad de la oportunidad de negocio.

Además, se llevará a cabo un análisis competitivo para comparar en profundidad las fortalezas y debilidades de nuestra propuesta de valor con las de la competencia, asegurando así un modelo de negocio que sea sostenible y diferenciado.

Futuro general del sector

El sector de los restaurantes de eventos está experimentando una transformación significativa impulsada por diversos factores como la tecnología, los cambios en los gustos de los consumidores y las nuevas tendencias sociales, por ejemplo:

- **Experiencias Personalizadas:** Los clientes buscan cada vez más experiencias únicas y personalizadas. Los restaurantes de eventos deberán adaptarse ofreciendo menús a la medida, decoraciones temáticas y actividades interactivas.
- **Sostenibilidad:** La conciencia ambiental está en auge. Los consumidores valoran los negocios que utilizan productos locales y orgánicos, reducen el desperdicio de alimentos y adoptan prácticas sostenibles.
- **Tecnología:** La tecnología está transformando la forma en que se planifican y ejecutan los eventos. Las plataformas en línea permiten a los clientes reservar y personalizar sus eventos, mientras que las herramientas de gestión facilitan la organización y coordinación.
- **Salud y Bienestar:** Los clientes están cada vez más interesados en opciones saludables y opciones de alimentación especiales. Los restaurantes de eventos deberán ofrecer menús que se adapten a diferentes dietas y restricciones alimentarias.

- **Eventos Híbridos y Virtuales:** La pandemia aceleró la adopción de eventos híbridos y virtuales, ofreciendo nuevas oportunidades para llegar a un público más amplio.
- **Experiencias Inmersivas:** Los eventos se están volviendo más inmersivos, con el uso de realidad virtual, aumentada y mixta para crear experiencias inolvidables.
- **Micro eventos y Eventos Íntimos:** Se espera un aumento en la demanda de eventos más pequeños y personalizados, en lugar de grandes celebraciones.

Adaptación a este futuro

- **Menús personalizados y opciones saludables:** Menús flexibles que se adapten a diferentes gustos y restricciones dietéticas.
- **Implementación de la tecnología:** Utilizar herramientas digitales para facilitar la reserva y gestión de eventos, y para crear experiencias interactivas para nuestros clientes.
- **Sostenibilidad:** Utilizar productos locales y orgánicos, reducir el desperdicio de alimentos y adoptar prácticas ecológicas.
- **Experiencias inmersivas:** Utilizar la decoración, la iluminación y otros elementos para crear ambientes únicos y memorables.
- **Adaptación a eventos híbridos y virtuales:** Servicios de transmisión en vivo y paquetes virtuales para llegar a un público más amplio.
- **Presencia en línea:** Una página web atractiva y activa en las redes sociales para conectar con nuestros potenciales clientes.

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

La planeación estratégica establece la misión y visión del negocio, además de realizar un análisis exhaustivo del sector económico y la competencia. También se definen los objetivos a corto, mediano y largo plazo que orientarán el crecimiento de "Cantar de los Cantares", y se describen los valores y principios que fundamentan su filosofía, junto con el conocimiento especializado que distingue al negocio en el mercado.

Misión

Ser reconocidos como creadores de experiencias únicas y memorables que celebren los momentos más significativos de la vida, en un ambiente acogedor y elegante, donde la gastronomía de autor y los valores cristianos como la hospitalidad, la amabilidad y el respeto sean el eje de cada evento

Visión

Convertirnos en el destino preferido en Bogotá para eventos personalizados que reflejen los valores de integridad, empatía y amor en cada detalle. Dejando huella en nuestros clientes inspirándose en celebrar la vida con autenticidad.

Análisis del sector económico

La propuesta de "Cantar de los Cantares" se encuentra dentro el sector terciario de Colombia, el cual en base a cifras del DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística), en abril de 2023 este fue el sector que impulsó la economía del País y lo hizo manteniendo el crecimiento en salarios, ingresos y el número de ocupados, en comparación al año anterior (*El Sector Servicios Mantiene Su Crecimiento En Salarios, Ingresos Y Ocupados*

| MINCIT, n.d.). Según Arango (2024), en el primer trimestre tuvo el mayor crecimiento, aumentando 4,2%, con el impulso del sector de comercio, turismo y actividades financieras.

Específicamente hablando del sector de eventos en Colombia, “ha aportado entre el 0,8% y 1% del Producto Interno Bruto (PIB), representando más 3.400 millones de dólares segunda cifras del DANE, reflejando la generación de empleos y el impulso de diversas áreas como logística, transporte, hotelería y turismo” (*El Sector De Eventos Empresariales En Colombia: Un Pilar Económico Y Social En Expansión - Revista C-Level*, 2024)

Ahora en cuanto al sector gastronómico, de acuerdo con La Barra (2024), la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia destaca que este sector representa el 8% de la fuerza laboral de Colombia, contribuyendo aproximadamente el 3,9% del PIB

Características del Sector

- **Nicho de mercado:** "Cantar de los Cantares" se sitúa en un nicho particular dentro del sector gastronómico, centrado en eventos especiales y experiencias a medida
- **Alta personalización:** La personalización es clave, ya que cada evento es singular y debe ajustarse a las preferencias y necesidades de los clientes.
- **Experiencia como producto principal:** Más allá de la comida y la bebida, la experiencia en sí es el principal atractivo, abarcando el ambiente, la decoración, la música y la atención al cliente
- **Competencia diferenciada:** Aunque la competencia en este nicho puede ser menos intensa que en otros segmentos, es fundamental destacar mediante una propuesta de valor distintiva.

- **Estacionalidad:** La demanda de servicios para eventos puede fluctuar según la temporada, con aumentos en momentos como bodas, festividades navideñas y celebraciones de amor y amistad
- **Margen de ganancia potencialmente alto:** Gracias a la alta personalización y los servicios complementarios, el margen de ganancia puede ser superior al de los restaurantes convencionales.

Comportamiento del sector

- **Enfoque en el cliente:** La satisfacción del cliente es esencial, ya que las recomendaciones y las reseñas en línea son cruciales para atraer nuevos negocios.
- **Tendencias:** El sector de eventos está en constante evolución, con cambios en las tendencias que incluyen la incorporación de tecnología, la búsqueda de experiencias más auténticas y un enfoque en la sostenibilidad.
- **Relaciones estratégicas:** Es vital construir relaciones sólidas con proveedores como floristas, fotógrafos, músicos y otros profesionales del ámbito de los eventos.
- **Marketing digital:** El marketing digital es clave para alcanzar al público objetivo y generar reservas. Las redes sociales, los sitios web y las plataformas de reservas en línea son herramientas fundamentales.
- **Personalización:** La personalización de los servicios se vuelve cada vez más importante para los clientes, quienes buscan experiencias únicas y memorables.

Desafíos Específicos de "Cantar de los Cantares"

- **Estacionalidad:** Gestionar las variaciones en la demanda a lo largo del año.
- **Competencia indirecta:** Competir con otros espacios para eventos, como fincas o salones de eventos.
- **Mantenimiento de la calidad:** Asegurar la calidad del servicio y de la comida en cada evento.
- **Gestión de proveedores:** Coordinar a varios proveedores para garantizar la exitosa realización de cada evento.

Objetivos estratégicos, tácticos y operacionales

Estratégico

- Desarrollar y documentar un plan estratégico integral en un plazo de 3 meses, que incluya una definición clara de la misión, visión, valores y los principales pilares estratégicos del negocio. Además, se realizará un análisis exhaustivo del sector económico y se propondrá una propuesta de valor que permita diferenciarse de la competencia.
- Realizar un estudio de mercado completo en los próximos 4 meses, analizando la competencia, la demanda, el perfil del público objetivo, así como las tendencias y oportunidades en el sector. El objetivo es desarrollar un plan de mercado que sea dirigido y diferenciado.
- Elaborar un plan financiero detallado en los próximos 6 meses, que incluya presupuestos anuales, proyecciones de ingresos y gastos para los próximos 5 años, un análisis exhaustivo de costos y la definición de al menos 5 indicadores clave de rentabilidad (como TIR, margen de utilidad, etc.).

Táctico

- Desarrollar y lanzar dos líneas de menús temáticos adaptados para bodas, cumpleaños y eventos corporativos durante el primer año, asegurando que cada menú esté listo para su comercialización en el mes 12. Al final del año, se llevará a cabo una evaluación del impacto en la satisfacción del cliente mediante encuestas de retroalimentación.

Operacional

- Lanzar una campaña de marketing en redes sociales en los próximos 3 meses con el objetivo de aumentar el tráfico web en un 15% y las consultas de eventos en un 10%. Se medirán los resultados de la campaña utilizando herramientas de análisis web y reportes de consultas recibidas, para evaluar su efectividad al final del trimestre.

Filosofía del negocio

En Cantar de los Cantares, celebramos el amor organizando eventos personalizados que convierten momentos especiales en recuerdos imborrables. Nuestra pasión es unir a las personas mediante experiencias únicas y significativas.

Know How

El éxito de "Cantar de los Cantares" radica en la organización de eventos a medida y en la creación de experiencias inolvidables para nuestros clientes. Nuestra empresa posee un conocimiento profundo que abarca desde la concepción y planificación de eventos hasta su ejecución perfecta, garantizando una experiencia excepcional para cada cliente, ya que cuidamos cada detalle.

Dentro de nuestro servicio, nuestros clientes pueden descubrir:

- **Experiencia en la personalización de eventos:** Entendemos cómo ajustar cada celebración, ya sea una boda, un aniversario, un cumpleaños o un evento corporativo, a los gustos y necesidades particulares de nuestros clientes. Esto abarca la creación de temáticas exclusivas, la elección de menús a medida y la ambientación del espacio de acuerdo con las expectativas y valores de cada cliente.
- **Dominio de la gastronomía de autor:** Nuestra propuesta culinaria combina sabores tradicionales con un toque contemporáneo, utilizando ingredientes frescos y de alta calidad. Tenemos la experiencia necesaria para crear menús exclusivos que cambian según la temporada, ofreciendo opciones que se adaptan a diversos paladares y dietas, incluidas alternativas vegetarianas y veganas.
- **Gestión eficiente de proveedores y logística:** Nuestra experiencia en la coordinación de múltiples proveedores (floristas, decoradores, músicos, fotógrafos) nos permite asegurar que cada detalle del evento esté listo para el gran día. Además, nuestra habilidad para seleccionar a los mejores colaboradores garantiza la máxima calidad en todos los aspectos del servicio.
- **Atención a los valores cristianos:** Sabemos cómo integrar de manera natural y respetuosa los valores cristianos en nuestros eventos, creando un ambiente familiar, cálido y acogedor que es apropiado para nuestro público objetivo. Esto no solo nos diferencia de la competencia, sino que también nos permite conectar profundamente con clientes que buscan una experiencia alineada con sus creencias.
- **Capacidad organizativa y atención al detalle:** Nuestro equipo está altamente capacitado para planificar y ejecutar eventos complejos, prestando especial atención a los pequeños detalles que marcan la diferencia. Desde la decoración hasta el servicio al cliente, nos aseguramos de que cada evento refleje nuestra promesa de calidad y exclusividad.

Todo esto nos posiciona como una opción inigualable en el sector de eventos y gastronomía en Bogotá, ofreciendo un servicio único y de alto valor agregado para nuestros cliente

CONCEPTO DEL SERVICIO

Este capítulo explora en profundidad el concepto del servicio que se ofrece, describiendo sus características principales, especificaciones y la forma en que se gestionarán para garantizar la máxima satisfacción del cliente. Además, se abordan aspectos esenciales de la marca, como la imagen, el logo y el modelo de negocio, que ayudan a posicionar a "Cantar de los Cantares" como una opción única en el mercado de eventos personalizados

Especificaciones del servicio

"Cantar de los Cantares" brinda una experiencia excepcional, ideal para celebrar cualquier tipo de evento en un entorno campestre y acogedor. Nuestro enfoque se centra en crear momentos memorables y personalizados, adaptados a las necesidades de cada cliente. Nos especializamos en:

- **Paquetes de eventos personalizados:** Ofrecemos paquetes exclusivos para bodas, aniversarios, cumpleaños, reuniones familiares y eventos corporativos de alto nivel. Cada paquete está diseñado para proporcionar una experiencia única, inspirada en diversas épocas y culturas. Prestamos especial atención a los detalles y a la personalización de la decoración, el menú y la ambientación, asegurando que cada evento refleje los gustos y preferencias individuales de nuestros clientes. En eventos corporativos, nos dedicamos a crear espacios que fomenten la interacción y el networking en un ambiente profesional y exclusivo.
- **Restaurante de gastronomía de autor:** Nuestro restaurante presenta una propuesta culinaria que combina sabores tradicionales con influencias modernas, utilizando ingredientes frescos y de la más alta calidad. Disponemos de una variedad de menús

adaptables, que incluyen opciones vegetarianas y veganas, así como menús temáticos para cada estación del año. Este espacio está diseñado para que nuestros clientes disfruten de un ambiente elegante y acogedor, propicio para la relajación y el disfrute de la compañía, la gastronomía y la música en un entorno único.

- **Valores cristianos:** Cada aspecto de nuestro servicio está guiado por valores cristianos que nos permiten crear un ambiente cálido, familiar y respetuoso. Estos valores se reflejan en la atención al cliente, la hospitalidad y en cada detalle de nuestros eventos, ofreciendo una experiencia que conecta profundamente con nuestro público objetivo.

Usos y manejo del servicio

Los clientes podrán acceder y utilizar los servicios de “Cantar de los Cantares” de la siguiente forma:

Reserva del evento

- A través de nuestro sitio web, redes sociales o por teléfono, podrán acceder a información sobre la empresa, los espacios para eventos, servicios, paquetes, disponibilidad y cualquier información inicial necesaria, así como resolver sus dudas o necesidades especiales
- Si el cliente está interesado, se programa una reunión con el equipo (ya sea presencial o virtual) para detallar sus necesidades y las opciones de personalización que ofrecemos.
- Una vez que se definen los detalles del evento, se realiza la reserva oficial con el pago inicial y la firma del contrato que incluye los términos y condiciones del servicio.

Personalización

- El cliente elige entre los paquetes que ofrecemos según el tipo de evento, pudiendo incluir decoración, música, catering y otros servicios. Estos paquetes se pueden personalizar para adaptarse a la visión del cliente.
- Nuestro equipo de planificación colabora estrechamente con el cliente para ajustar cada detalle del evento, desde la temática y la decoración hasta la música y el entretenimiento, asegurando que todo esté en sintonía con sus preferencias y el estilo de celebración.
- Se llevan a cabo reuniones de seguimiento para garantizar que todos los aspectos del evento se desarrollen según lo planeado y a tiempo para el gran día.

Día del Evento

- El equipo de logística se ocupa de todos los detalles para el evento, incluyendo la decoración, la preparación del catering y la disposición de equipo adicional si es necesario.
- Durante el evento, un coordinador se asegura de que cada aspecto se desarrolle sin problemas y responde a cualquier solicitud del cliente, como cambios en la música o la ambientación, para garantizar una experiencia inolvidable.

Después del Evento

- Se envía al cliente un mensaje de agradecimiento por utilizar nuestros servicios, junto con una encuesta de satisfacción para evaluar la calidad del servicio brindado y las áreas que se pueden mejorar para futuros eventos. También recopilamos testimonios para nuestra página web, siempre con el consentimiento del cliente.
- Además, se le ofrece la opción de unirse a nuestro programa de membresías o al programa de referencias

Imagen

La imagen de "Cantar de los Cantares" demuestra un ambiente acogedor y elegante que fusiona el romanticismo, la calidez familiar y el profesionalismo. Su estilo visual está pensado para atraer tanto a parejas que buscan celebraciones íntimas como a familias y empresas que desean un lugar especial para sus eventos.

Elementos Visuales

- **Paleta de Colores:** La marca utiliza una paleta de tonos suaves y cálidos que incluye rosas claros, cremas, tonos tierra y toques de azul marino o dorado. Estos colores aportan una sensación de calidez, elegancia y sofisticación, adecuados para diversos eventos y reflejando una atmósfera acogedora y profesional.
- **Decoración y Ambiente:** La decoración del espacio es versátil, con detalles románticos y acogedores como velas, flores frescas y elementos de madera rústica. Estas decoraciones crean un ambiente de intimidad y exclusividad, ideal para bodas, aniversarios y eventos corporativos o familiares. Las mesas están dispuestas de manera elegante, con mantelería y centros de mesa que reflejan el estilo distintivo del lugar.
- **Fotografía y Estilo Visual:** Las imágenes utilizadas en la comunicación de la marca destacan momentos de felicidad y cercanía, como parejas celebrando, familias compartiendo y reuniones corporativas en un entorno elegante. Cada fotografía resalta la experiencia personalizada y cálida que "Cantar de los Cantares" ofrece, transmitiendo tanto romanticismo como un sentido de comunidad y exclusividad.
- **Símbolos y Detalles cristianos:** Elementos sutiles como la cruz y el corazón aparecen en la iconografía de la marca, representando los valores cristianos de "Cantar de los

Cantares” de manera no invasiva. Estos símbolos refuerzan la esencia de amor y valores espirituales que lo hacen único.

Tono y Estilo de Comunicación

El lenguaje que emplea la marca en sus comunicaciones, ya sea en redes sociales, en su sitio web o en publicidad, es cálido, amigable y respetuoso, lo que refleja sus valores cristianos. Los mensajes destacan la relevancia de los momentos especiales y las celebraciones significativas, enfatizando siempre la personalización y el compromiso con la calidad.

Figura 2.

Inspiración de estilo e imagen de “Cantar de Cantares”



Nota. Adaptado de imágenes recolectadas en Pinterest e Instagram.

Marca

“Cantar de los Cantares” busca transmitir el amor, la calidez y la espiritualidad que forman una identidad acogedora y elegante. Queremos que nuestros clientes nos vean como

un referente para sus eventos, brindándoles una experiencia profunda, romántica y en sintonía con los valores cristianos que nos inspiran, tales como la hospitalidad, la amabilidad, la empatía, el respeto y la integridad.

Logo

Figura 3.

“Cantar de los Cantares” Logo



Nota. Elaboración propia. Lamilla Useche, B.C. & Flórez Lopera, L.S (2024). Proyecto empresarial: Cantar de los Cantares. Bogotá (Colombia): Universidad Santo Tomás

Slogan

“Que el amor de Dios fluya en ti”

Modelo de negocio

"Cantar de los Cantares" es un restaurante de eventos que se dedica a ofrecer experiencias personalizadas para celebraciones sociales y corporativas, integrando valores cristianos en un entorno campestre, elegante y romántico. Este lugar es perfecto para bodas, aniversarios, reuniones familiares, cumpleaños y eventos corporativos.

Brindamos a nuestros clientes un servicio integral que destaca por la personalización, la gastronomía de autor, los valores cristianos y un ambiente único. Nuestro modelo de negocio está enfocado en:

- **Parejas** que desean celebrar bodas, aniversarios y eventos íntimos en un espacio que les ofrezca exclusividad y personalización.
- **Familias** que buscan un lugar especial para sus reuniones familiares, cumpleaños o celebraciones significativas.
- **Organizaciones** que requieren un ambiente elegante y acogedor para eventos corporativos que promuevan el networking y el trabajo en equipo.

Nos damos a conocer a través de nuestra página web, donde los clientes pueden hacer reservas, conocer nuestro menú, explorar los paquetes de eventos y visualizar nuestras instalaciones. También utilizamos redes sociales como Instagram y TikTok para promocionar nuestros servicios y resaltar nuestro enfoque en la personalización y los valores. Además, establecemos alianzas con empresas de fotografía y planificación de eventos, para que los clientes encuentren en un solo lugar todo lo necesario para su evento, con atención personalizada y descuentos para clientes frecuentes.

ESTUDIO DE MERCADO

Este capítulo presenta un análisis completo del mercado de eventos en Bogotá. A través de una investigación minuciosa y un estudio de la demanda, se identifican los segmentos de mercado y nichos específicos a los que se enfocará el negocio. Además, se examinan los factores que afectan la fijación de precios y se proyectan las ventas, todo con el objetivo de validar la viabilidad del proyecto y su capacidad para satisfacer la demanda actual.

Investigación del mercado

Para llevar a cabo este análisis, se realizó una encuesta con el fin de entender el comportamiento y las respuestas de nuestro público objetivo, considerando su conocimiento sobre este sector y sus expectativas. La encuesta se aplicó a personas de entre 18 y 55 años, abarcando así cada uno de los segmentos a los que se desea dirigir “Cantar de los Cantares” (Parejas, Familias y Empresas). Véase Anexo 2.

Se llevaron a cabo 17 encuestas exploratorias dirigidas a parejas, familias y empresas, que son los segmentos más relevantes para el proyecto. Aunque el tamaño ideal de muestra para una población objetivo de entre 34,000 y 85,000 familias es de aproximadamente 380 encuestas, y para una población de entre 8,000 y 20,000 empresas es de alrededor de 370 encuestas, esta investigación se enmarca en un estudio inicial limitado por recursos. Los resultados obtenidos ofrecen una primera aproximación que permitirá identificar tendencias clave y ajustar estrategias. En estudios futuros, se planea aumentar el tamaño de la muestra para lograr una representatividad estadística.

Perfil Demográfico y Frecuencia de Eventos

- La mayoría de los encuestados se encuentra en el rango de edad de 18 a 25 años, y el nivel educativo más común es el de estudios superiores o de posgrado.
- La mayoría asiste a eventos varias veces al año, lo que muestra que son un público activo en la celebración de ocasiones especiales
- Muchos de los encuestados pertenecen a familias de 3 a 4 personas, lo que sugiere un interés tanto en eventos íntimos como en reuniones familiares.

Tipos de Eventos de Interés:

- Los eventos más relevantes abarcan bodas, cumpleaños, aniversarios y reuniones familiares. Esto demuestra un claro interés en celebraciones íntimas y personales.
- Además, se nota un interés en eventos corporativos, lo que amplía el mercado objetivo hacia el sector profesional y hace viable la idea de ofrecer una propuesta versátil para diferentes tipos de eventos.

Presupuesto y Preferencias de Gasto:

- La mayoría de los encuestados tiene un presupuesto de menos de 1 millón de pesos colombianos, aunque algunos están dispuestos a invertir hasta 2 millones o más en eventos específicos.
- Esta disposición a pagar varía según el tipo de evento y su nivel de exclusividad, lo que indica la posibilidad de crear paquetes que se ajusten a diferentes presupuestos.

Aspectos Valorados al Elegir un Lugar de Eventos:

- Los aspectos más valorados, en orden de importancia, son la comida, la ambientación, el precio, la ubicación y el servicio. Esto sugiere que "Cantar de los Cantares" debería enfocarse en ofrecer una experiencia gastronómica excepcional y una atmósfera bien cuidada.

- La comida y la ambientación son especialmente importantes para el público joven y parecen ser factores decisivos a la hora de elegir un lugar para eventos.

Preferencias Gastronómicas y Musicales:

- La cocina internacional, regional y contemporánea son las opciones más populares, y hay algunas menciones a la comida de autor, lo que sugiere que el menú debería ser variado y adaptarse a diferentes gustos.
- En cuanto a la música, la mayoría de los encuestados prefiere música ambiental, aunque también hay un interés considerable en DJs y bandas en vivo. Esto indica que ofrecer una variedad de opciones musicales podría ser una estrategia efectiva para satisfacer las distintas preferencias de ambiente.

Nivel de Personalización y Servicios Adicionales:

- Los encuestados valoran la personalización del evento, destacando que la propuesta de "Cantar de los Cantares" de ofrecer un servicio adaptado a cada cliente sería bien recibida.
- Además, los servicios adicionales como fotografía, video, decoración y alquiler de equipos de sonido fueron muy solicitados, lo que indica que los paquetes integrales que incluyan estos elementos son atractivos para el público.

Percepción de la Propuesta:

- La mayoría de los encuestados muestra interés en la idea de un restaurante de eventos con un enfoque cristiano y valores familiares. Los aspectos más atractivos mencionados fueron la personalización, la ambientación y la tranquilidad de contar con un lugar que ofrece un servicio integral.

- Algunas personas también expresaron interés en el valor añadido de la propuesta y sugirieron la importancia de diferenciarse de otros negocios similares en Bogotá, así como manifestaron preocupaciones sobre los precios de exclusividad.

Conclusiones

- **Segmentación del Mercado:** El mercado objetivo principal abarca a jóvenes y adultos jóvenes con educación superior, interesados en eventos familiares y corporativos. Se busca reforzar la idea de un espacio que ofrezca versatilidad tanto para celebraciones íntimas como para eventos profesionales.
- **Propuesta de Valor:** Se pretende satisfacer la demanda de personalización, ofreciendo una experiencia gastronómica de alta calidad y un ambiente elegante. También se debe considerar la inclusión de servicios adicionales que faciliten la organización de eventos para los clientes.
- **Estrategia de Precios:** Se diseñarán paquetes flexibles que se adapten a diferentes presupuestos, manteniendo opciones exclusivas para aquellos clientes dispuestos a invertir más.
- **Marketing y Comunicación:** Resaltar los valores cristianos y el enfoque en la personalización para atraer a aquellos que buscan una experiencia única y cálida en sus eventos.

Competidores Directos (Ejemplos):

- **Fincas de eventos:** Lugares como "Hacienda Santa Bárbara" y "La Floresta" ofrecen espacios para eventos al aire libre con opciones gastronómicas.
- **Salones de eventos:** Lugares como "El Nogal" y "Corferias" ofrecen salones modulares para eventos de gran escala.

- **Restaurantes especializados en eventos:** Restaurantes como "El Chato" y "El Cielo" ofrecen menús especiales para eventos y servicios de banquetes.

Reseñas en línea

- **De acuerdo a Google My Business**

Hacienda Rincón de Teusacá: Se comenta que es un lugar increíble para matrimonios, cuentan con excelente comida, un ambiente agradable, diferentes escenarios para aprovechar de acuerdo con el evento, la atención del personal es muy buena y con profesionalismo. Sin embargo, existen varias quejas sobre la ubicación del lugar dado que para llegar al lugar es complicado y su entrada es muy escondida y no cuentan con señalización para una mayor ubicación y facilidad para los clientes. Ubicado en Bogotá - La Calera #Kilometro 1

Haciendas Campestres Matrimonios Bogotá By Luxury: Las reseñas de los visitantes han sido muy positivas en cuanto a experiencias únicas, excelente comida preparada por la chef del lugar, excelente servicio, excelente calidad, hermosas instalaciones para matrimonios, fiestas de XV. En cuanto ubicación se encuentra dentro de la ciudad ubicados en Cra. 13a #109 64, Usaquén

El Cielo: los visitantes comentan que ofrece un conjunto de experiencias únicas desde la calidad de los platillos y su creatividad hasta una experiencia directa con el cliente, el ambiente cómodo y tranquilo, el personal capacitado y amable. No obstante, existen disgustos en cuanto al sistema de reservas y los precios elevados, más de \$100.000 COP por persona Ubicado también en Bogotá, Calle 70 #4-47, Cl. 70 #4 - 47

Competidores Indirectos (Ejemplos):

- **Hoteles:** Muchos hoteles cuentan con salones de eventos y ofrecen paquetes completos para bodas y otros eventos.

- **Plataformas de reservas:** Plataformas como "Eventbrite" y "WeddingWire" permiten a los clientes encontrar y reservar diferentes tipos de eventos.

Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas):

- **Fortalezas:** Un ambiente romántico, la posibilidad de personalizar eventos, una ubicación estratégica, valores cristianos y una gastronomía de alta calidad.
- **Oportunidades:** Aumento en la demanda de experiencias personalizadas, eventos temáticos, alianzas estratégicas con proveedores locales, marketing digital y tendencias en gastronomía.
- **Debilidades:** Dependencia de eventos estacionales, competencia de otros espacios para eventos y falta de reconocimiento de marca.
- **Amenazas:** Cambios en las tendencias del mercado, fluctuaciones económicas, competencia de nuevos entrantes, modificaciones en regulaciones locales y problemas de suministro

Análisis de la demanda

Para llevar a cabo un análisis de la demanda y definir el público objetivo de "Cantar de los Cantares", se emplean criterios de segmentación demográfica, social, económica y cultural. Esto ayuda a satisfacer las necesidades particulares de parejas, familias y empresas que desean un espacio exclusivo y personalizado para conmemorar momentos importantes.

Público Objetivo:

- **Parejas:** Parejas jóvenes y adultas que buscan un lugar romántico para celebrar su boda, aniversario o cualquier ocasión especial.
- **Familias:** Familias que desean celebrar cumpleaños, bautizos o comuniones en un ambiente acogedor.
- **Empresas:** Empresas que buscan un lugar exclusivo para realizar eventos corporativos, como lanzamientos de productos o reuniones de equipo.

Social-Psicográfica

En cuanto a la segmentación psicográfica, el modelo VALS (Mitchell, 1983) es útil para entender los intereses y estilos de vida de los consumidores, así como su inclinación hacia experiencias personalizadas y sostenibles. Hoy en día, los clientes buscan cada vez más experiencias únicas y personalizadas, tanto en la comida como en el ambiente. Esta tendencia hacia la personalización se acompaña de una creciente demanda por la sostenibilidad, ya que los consumidores prefieren productos locales y orgánicos, así como prácticas responsables en la industria alimentaria. La tecnología también ha influido significativamente, cambiando la manera en que los consumidores se relacionan con los restaurantes, facilitando desde reservas en línea hasta pagos móviles. Además, los eventos temáticos y personalizados, que son especialmente populares entre los millennials y la generación Z, han cobrado importancia, ya que permiten a los clientes disfrutar de experiencias inmersivas que los transportan a otros lugares y culturas, ofreciendo un valor añadido que va más allá de la gastronomía.

Demográfico

Según Kotler y Keller (2011), la segmentación demográfica permite a las empresas enfocarse en subgrupos específicos y aumentar la relevancia del producto. Cada grupo

objetivo de "Cantar de los Cantares" se analiza en función de la edad, los ingresos y las características familiares:

Parejas.

Principalmente, nos dirigimos a jóvenes adultos de entre 25 y 35 años que buscan celebrar su primera gran ocasión, como una boda o un aniversario significativo. También atendemos a adultos mayores de entre 45 y 65 años que celebran momentos importantes como bodas de plata u oro. Estos grupos pertenecen a las clases media y alta, y están dispuestos a invertir en experiencias exclusivas y personalizadas. En cuanto al tamaño de la familia, la mayoría de nuestros clientes son parejas sin hijos o con hijos pequeños, que buscan un ambiente romántico y una experiencia única. Lo que más valoran es la personalización de cada detalle, la creación de recuerdos inolvidables y la posibilidad de disfrutar de un momento especial y exclusivo.

Familias.

Estos padres de familia, que pertenecen a la clase media y tienen varios hijos en edad escolar o universitaria, cuentan con un presupuesto moderado para celebraciones familiares. Buscan un lugar que ofrezca comodidad, con opciones de entretenimiento para los niños y un ambiente familiar que permita a todos disfrutar del evento. La prioridad para este segmento es poder celebrar momentos especiales en un entorno seguro y accesible, donde tanto los adultos como los niños se sientan cómodos y bien atendidos, asegurando que toda la familia tenga una experiencia agradable y memorable.

Según datos recolectados por el DANE (n.d.), para el año 2023 Bogotá contaba con 7,907,281 habitantes, de los cuales el 21,63% eran menores de 18 años, lo que equivale a aproximadamente 1.7 millones de personas. Considerando que entre un 2-5% de estas familias podrían elegir celebrar eventos en lugares personalizados y exclusivos, esto podría

traducirse en un interés de entre 34,000 y 85,000 familias anualmente en los servicios de "Cantar de los Cantares". Las familias, especialmente aquellas con niños, aprecian la accesibilidad, la seguridad y la personalización, lo que convierte a este segmento en un aspecto fundamental para el negocio.

Empresas.

Las pequeñas y medianas empresas, así como las multinacionales, especialmente en sectores como tecnología, marketing, consultoría y otros campos profesionales, tienen diferentes enfoques para sus eventos. El presupuesto destinado a estos eventos varía según el tamaño de la empresa y la naturaleza de la celebración. Sin embargo, en general, buscan ofrecer experiencias exclusivas que fortalezcan la imagen de marca, motiven a sus empleados y celebren logros importantes. Estos eventos corporativos representan una excelente oportunidad para crear un ambiente de trabajo positivo, fomentar el compromiso y resaltar los valores y éxitos de la empresa, asegurando así una experiencia memorable para todos los asistentes.

De acuerdo con datos recolectados por la MINCIT, en Colombia para el 2023 el número total de empresas matriculadas y renovadas llegó a 1,7 Millones, de los cuales Bogotá cuenta con el 24% del total. Si entre un 2-5% de estas empresas opta por llevar a cabo eventos corporativos en un lugar exclusivo, esto podría traducirse en un interés de entre 8,000 y 20,000 empresas anualmente en los servicios de "Cantar de los Cantares". Las empresas, sobre todo en sectores como tecnología, marketing y consultoría, buscan eventos exclusivos que refuercen su imagen de marca, motiven a sus empleados y celebren logros significativos.

Económico

Según Solomon (2018), segmentar por comportamiento es fundamental para comprender y anticipar las necesidades específicas de los clientes. Esto es especialmente útil

para "Cantar de los Cantares", ya que permite identificar y atender a aquellos que buscan exclusividad y personalización. Las parejas y familias suelen financiar sus celebraciones a través de sus salarios, ahorros personales y, en algunos casos, préstamos. Buscan crear momentos inolvidables en sus eventos sin poner en riesgo su estabilidad financiera. Por otro lado, las empresas generalmente financian sus eventos a partir del presupuesto del área de marketing y/o fondos destinados a eventos especiales, lo cual depende de su tamaño y la naturaleza del evento. Estas fuentes de financiamiento pueden variar entre empresas, pero siempre con el objetivo de ofrecer una experiencia impactante que refuerce su imagen corporativa o motive a sus empleados.

Cultural

Los valores cristianos de amor, servicio, familia y comunidad son esenciales para este segmento, que busca celebraciones y experiencias que reflejen esos ideales. Los clientes aprecian un ambiente cálido y acogedor, donde se fomentan relaciones auténticas y se celebra la unión familiar. La atención personalizada y el compromiso con el bienestar de cada persona son aspectos que resuenan especialmente con este grupo, ya que buscan lugares y eventos que estén en sintonía con sus creencias y valores.

Pronóstico de Demanda

La demanda de "Cantar de los Cantares" es notable y presenta un alto potencial de crecimiento. Con una población de 7.9 millones de personas en Bogotá y un número considerable de empresas, la proyección de demanda indica un mercado amplio y con gran disposición a invertir en experiencias personalizadas y de calidad. Los segmentos de familias y empresas brindan oportunidades estratégicas para atraer clientes, lo que, junto con la creciente tendencia hacia la personalización y la sostenibilidad, establece una base sólida para el éxito del negocio.

Nicho de mercado

Un restaurante de eventos, donde se pueden llevar a cabo bodas, aniversarios, eventos corporativos, cumpleaños, bautizos, comuniones, fiestas temáticas, graduaciones, etc. Esto le otorga un gran potencial de crecimiento debido a la variedad de eventos que se pueden realizar, y en el mercado siempre se busca la adaptabilidad y la versatilidad, algo que Cantar de Los Cantares puede ofrecer. Además, en el ámbito culinario, siempre se busca una variedad de sabores, combinaciones y tendencias en el sector.

Determinación del precio

1. Precio basado en la competencia

En el análisis de competencia realizado, se consideraron aspectos clave como los espacios que ofrecen, sus capacidades y los servicios adicionales que brindan. Esto nos permitió entender cómo se posicionan los competidores en el mercado y qué factores influyen en sus estrategias de precios. Al evaluar los servicios ofrecidos, como la personalización de eventos, la calidad del servicio y los servicios complementarios, pudimos identificar cómo nuestro restaurante se distingue en términos de valor, asegurándonos de que nuestros precios sean competitivos sin sacrificar la calidad y exclusividad que ofrecemos.

2. Precio basado en los costos y el margen de beneficio

Nuestros precios deben cubrir los costos fijos y variables asociados a la operación del restaurante, como la compra de ingredientes, el alquiler del local, el personal y otros gastos generales. Además, calculamos un margen de beneficio adecuado que garantice una rentabilidad sostenible, sin perjudicar la percepción de valor por parte del cliente.

3. Precio basado en la disposición a pagar del cliente

El precio también se ajusta a lo que nuestros clientes potenciales están dispuestos a pagar, considerando los resultados del análisis de la competencia y las opiniones de los clientes. Este análisis nos permite identificar las expectativas y percepciones de los clientes sobre la relación calidad-precio. Al revisar las experiencias de clientes anteriores y comparar los precios de competidores, podemos ajustar nuestra estrategia para asegurarnos de que nuestros precios sean percibidos como justos y competitivos, mientras ofrecemos una experiencia que justifique el valor que los clientes están dispuestos a invertir.

Paquetes de servicio

Bodas:

- **Paquete Básico:** Alquiler del espacio, decoración básica, menú estándar (3 tiempos), coordinación básica, música en vivo (DJ).
- **Paquete Premium:** Todo lo del básico, más fotografía y video, decoración personalizada, barra libre premium, coordinación completa.

Cumpleaños:

- **Paquete Infantil:** Alquiler del espacio, decoración infantil, menú infantil, animador infantil.
- **Paquete Adulto:** Alquiler del espacio, decoración temática, menú variado, música en vivo (banda o DJ).

Eventos Corporativos:

- **Paquete Corporativo:** Alquiler del espacio, catering ejecutivo, equipo audiovisual, coordinación de actividades.

Aniversarios:

- **Paquete Romántico:** Alquiler del espacio, decoración romántica, menú especial, música en vivo (trío o dúo)
- **Promociones estacionales:** Descuentos o promociones especiales en determinadas épocas del año.

Ejemplo de Paquete Básico para Bodas

Costos variables estimados:

- Comida: \$2.000.000
- Bebidas: \$3.000.000
- Decoración: \$1.500.000
- Personal adicional: \$1.000.000
- **Total costos variables:** \$7.500.000

Costos fijos por evento: 10 bodas al mes, el costo fijo por boda sería de aproximadamente \$1.000.000 (considerando alquiler, servicios públicos y una parte de los salarios).

Costo total estimado: \$8.500.000

Precio de venta (con margen de beneficio del 30%): \$11.050.000

Tabla 1.

Paquetes de Eventos

Tipo de Evento	Paquete	Servicios Incluidos	Precio Base	Servicios Adicionales
Boda	Básico	Alquiler, decoración básica, menú, coordinación básica, DJ	\$11.000.000	Fotografía: \$2.000.000, Vídeo: \$3.000.000, Barra Premium: \$1.500.000
	Premium	Todo lo del básico, más decoración personalizada, barra premium, coordinación completa, fotografía y video	\$18.000.000	

Cumpleaños Infantil	Básico	Alquiler del espacio, decoración infantil, menú infantil, animador infantil.	\$5.000.000	Fotografía: \$1.500.000, Vídeo: \$1.800.000
	Premium	Alquiler del espacio, decoración infantil personalizada, menú infantil, animador infantil, regalos, piñata, coordinación completa, fotografía y video	\$8.000.000	
Cumpleaños Adulto	Básico	Alquiler del espacio, decoración temática, menú variado, música en vivo (banda o DJ).	\$8.000.000	Fotografía: \$1.500.000, Vídeo: \$2.000.000, Barra Premium: \$1.500.000
	Premium	Alquiler del espacio, decoración temática, menú variado o de autor, música en vivo (banda o DJ), coordinación completa, fotografía y video	\$12.000.000	
Corporativo	Básico	Alquiler del espacio, catering ejecutivo, equipo audiovisual, coordinación de actividades.	\$15.000.000	Fotografía: \$2.000.000, Vídeo: \$3.000.000, Barra Premium: \$1.500.000
	Premium	Alquiler del espacio, catering ejecutivo, equipo audiovisual, actividades team building, coordinación completa, fotografía y video	\$20.000.000	
Aniversarios	Básico	Alquiler del espacio, decoración romántica, menú especial, música en vivo (trío o dúo).	\$8.000.000	Fotografía: \$1.500.000, Vídeo: \$1.800.000
	Premium	Alquiler del espacio, decoración romántica, menú especial, música en vivo (trío o dúo), arreglo de flores y fotografía y video	\$11.000.000	

Nota. Tabla de elaboración propia. Lamilla Useche, B.C. & Flórez Lopera, L.S (2024). Proyecto empresarial: Cantar de los Cantares. Bogotá (Colombia): Universidad Santo Tomás.

Los precios pueden fluctuar según la cantidad de invitados, la complejidad de la decoración, el tipo de menú y otros aspectos como servicios de fotografía y video de alta calidad, alquiler de equipos audiovisuales especializados, entre otros. Se brindan descuentos por reservas anticipadas, referencias o para eventos que se realicen durante la semana.

Pronóstico de ventas

Tabla 2.

Pronóstico de ventas de eventos

Tipo de Evento	Volumen Mensual Estimado	Precio Medio	Ingresos Mensuales Estimados
Bodas	7	\$14,500,000	\$101.500.000
Cumpleaños (Infantil)	5	\$6,500,000	\$32.500.000
Cumpleaños (Adulto)	3	\$10,000,000	\$30,000,000
Eventos Corporativos	3	\$17,500,000	\$52,500,000
Aniversarios	6	\$9,500,000	\$57,000,000
Total Mensual Estimado			\$273.500.000

Total Anual Estimado: \$3.282.000.000

Nota. Tabla de elaboración propia. Lamilla Useche, B.C. & Flórez Lopera, L.S (2024). Proyecto empresarial: Cantar de los Cantares. Bogotá (Colombia): Universidad Santo Tomás.

El estudio de mercado revela una fuerte demanda para bodas, cumpleaños y eventos corporativos, lo que sugiere un flujo constante de actividades sociales y empresariales en Bogotá:

- **Bodas:** Según las proyecciones de demanda, Bogotá celebra un gran número de bodas cada año, sobre todo durante los meses de alta temporada (junio-agosto y diciembre-enero). En "Cantar de los Cantares", se espera atender alrededor de 7 bodas al mes, teniendo en cuenta la capacidad del lugar y la exclusividad del servicio..
- **Cumpleaños:** También son muy populares, con una demanda más constante y variada en formatos (infantil y adulto) a lo largo del año. Se estima realizar aproximadamente 5 cumpleaños infantiles y 3 adultos mensualmente.
- **Eventos Corporativos:** Las empresas, sobre todo en áreas como la tecnología, el marketing y la consultoría, están cada vez más interesadas en eventos exclusivos, especialmente al final de cada trimestre. Se proyecta un promedio de 3 eventos corporativos al mes, con picos en diciembre (fiestas de fin de año) y a mediados de año.
- **Aniversarios:** Al igual que las bodas, los aniversarios tienen una alta demanda, especialmente para celebraciones más íntimas, con una proyección de 6 eventos mensuales.

Precio Medio por Tipo de Evento

- **Paquetes y Nivel de Personalización:** La oferta incluye paquetes básicos y premium que se adaptan a diferentes presupuestos, desde opciones más accesibles hasta eventos altamente personalizados.
- **Promedio de Precios entre Paquetes:**
 - **Bodas:** El precio medio se calcula entre el paquete básico (\$11,000,000) y el premium (\$18,000,000), resultando en \$14,500,000.

- **Cumpleaños:** Para cumpleaños infantiles, el promedio es de \$6,500,000; mientras que para cumpleaños de adultos, el precio medio asciende a \$10,000,000.
- **Eventos Corporativos:** Con un precio medio de \$17,500,000, se considera la necesidad de un ambiente elegante y los servicios adicionales que buscan las empresas.
- **Aniversarios:** El promedio entre el paquete básico (\$8,000,000) y el premium (\$11,000,000) da un precio medio de \$9,500,000.

Dado que se trata de un formato de eventos, la estacionalidad influye en ciertos tipos de eventos y es importante tenerla en cuenta al pronosticar ventas:

1. **Bodas:** Los meses de Julio-Agosto y Diciembre-Enero son conocidos como la temporada seca en Bogotá, lo que los convierte en momentos ideales para bodas, con una demanda esperada que podría aumentar un 20% en esos meses.
2. **Eventos Corporativos:** En Diciembre y a mediados de año (Junio-Julio), se anticipa un incremento en la demanda de eventos corporativos debido a los cierres de trimestre y el fin de año.
3. **Aniversarios y Cumpleaños:** Se espera una demanda más estable, aunque con ligeros aumentos durante las vacaciones (Diciembre y a mediados de año), donde el número de eventos podría incrementarse entre un 10-15%.

Costos Asociados

1. **Costos Fijos:** Incluyen el alquiler del lugar, servicios públicos y salarios básicos del personal de cocina, administración y servicios
 - **Ejemplo de costos fijos:** \$1,000,000 por boda, además de los gastos mensuales fijos de mantenimiento y administración.

2. **Costos Variables:** Estos dependen de cada evento y varían según la cantidad y el tipo de servicios solicitados.

- **Ejemplos de costos variables:**

- **Comida y Bebidas:** El costo puede oscilar entre \$2,000,000 y \$5,000,000 por evento, dependiendo del número de invitados y el menú elegido.
- **Decoración:** Los precios varían según el tipo de paquete (básico o premium), con costos que van desde \$1,500,000 hasta \$3,000,000.
- **Servicios Adicionales:** Fotografía, video, música en vivo y barra premium, cuyo costo dependerá del número de servicios contratados.

Así, el costo promedio para una boda, considerando tanto los costos fijos como los variables, puede ser de aproximadamente \$8,500,000. Los eventos corporativos y aniversarios suelen tener costos más altos debido a la decoración y los servicios adicionales que se pueden contratar

PLAN DE MERCADEO

En el plan de mercadeo se establecen las estrategias para posicionar y promocionar "Cantar de los Cantares" en el mercado. Con un enfoque integral, se abordan las tácticas de distribución y promoción, así como los programas de fidelización y el servicio postventa. También se definen los mecanismos de comunicación y marketing digital que se utilizarán para construir y mantener relaciones sólidas con los clientes.

Estrategias de distribución

Marketing Digital:

Implementaremos una estrategia de marketing digital robusta que abarque varios canales, incluyendo un sitio web atractivo y fácil de usar, donde los usuarios podrán conocer nuestros servicios, paquetes, precios y explorar una galería de fotos de nuestros eventos. Utilizaremos redes sociales como Instagram y TikTok para mostrar nuestros espacios, eventos pasados y promociones especiales, creando así una comunidad visualmente atractiva. Para mejorar nuestra visibilidad, optimizaremos el sitio web con técnicas de SEO, asegurándonos de aparecer en los primeros resultados de búsqueda.

Además, aprovecharemos Google My Business para aparecer en los mapas de Google y recibir reseñas de clientes satisfechos. También implementaremos email marketing, construyendo una base de datos de clientes potenciales a quienes enviaremos correos con promociones, novedades y eventos especiales. Finalmente, la publicidad en línea a través de plataformas como Google Ads y Facebook Ads nos permitirá alcanzar a un público más amplio y segmentado, aumentando la visibilidad de nuestro restaurante y los eventos que organizamos.

Marketing Tradicional:

Además de las estrategias digitales, queremos implementar tácticas de marketing tradicional para asegurar una cobertura más amplia y directa. A través de relaciones públicas, utilizaremos medios como periódicos, revistas y radio para ganar visibilidad y generar cobertura mediática que atraiga a nuevos clientes. También participaremos en ferias y eventos especializados en bodas, cumpleaños y eventos corporativos, lo que nos permitirá dar a conocer nuestro restaurante y establecer conexiones directas con potenciales clientes que buscan un lugar para celebrar ocasiones especiales. Estas acciones nos ayudarán a combinar lo mejor del marketing digital y tradicional para alcanzar los diversos segmentos de nuestra audiencia.

Marketing de Referidos:

Para fomentar la lealtad de nuestros clientes y atraer a nuevos, implementaremos un programa de referidos que recompense a quienes nos recomienden a sus familiares y amigos. Ofreceremos descuentos o beneficios exclusivos a quienes nos refieren, incentivando el boca a boca y ampliando nuestra red de clientes. Además, destacaremos los testimonios de clientes satisfechos en nuestro sitio web y redes sociales, lo que permitirá a futuros clientes conocer de primera mano las experiencias positivas de quienes ya han confiado en nosotros. Estas acciones no solo fortalecerán nuestra reputación, sino que también crearán una comunidad de clientes comprometidos y leales.

Estrategias de promoción

Para dar a conocer “Cantar de los Cantares” y aumentar su visibilidad, pondremos en marcha varias estrategias de promoción. Crearemos perfiles en Instagram, TikTok y otras

plataformas relevantes, donde compartiremos contenido de alta calidad que refleje el ambiente único de nuestro restaurante y los eventos que realizamos, generando así un interés visual y emocional. También desarrollaremos una página web atractiva y fácil de usar, que incluya información detallada sobre nuestros servicios y un sistema de reservas en línea para facilitar el proceso a nuestros clientes.

A través del marketing de contenidos, publicaremos blogs y artículos útiles sobre temas como decoración de eventos, recetas y consejos para planificar bodas, posicionándonos como expertos en el sector. Colaboraremos con bloggers, influencers y medios de comunicación para aumentar nuestra visibilidad y alcanzar nuevas audiencias. Finalmente, organizaremos eventos de degustación, como talleres de cocina y catas de vinos, para que los clientes potenciales puedan experimentar de primera mano la calidad de nuestra gastronomía y el ambiente especial que ofrecemos.

Publicidad-Marketing Mix

Producto:

Ofrecemos paquetes personalizados que se adaptan a las necesidades y presupuestos de cada cliente, brindando la flexibilidad que buscan para sus eventos. Además, contamos con servicios adicionales como barra libre, fotografía y video, para convertir cada celebración en una experiencia completa. Nos comprometemos a ofrecer un servicio de alta calidad en cada detalle, asegurando la satisfacción del cliente y fomentando el boca a boca, lo que nos ayuda a construir una sólida reputación.

Precio:

Ofrecemos tarifas competitivas que se ajustan a diferentes tipos de clientes y eventos. También implementamos descuentos y promociones especiales, como tarifas por temporada,

descuentos por contrataciones anticipadas o precios especiales para grupos grandes, lo que permite a nuestros clientes aprovechar al máximo nuestras ofertas.

Plaza:

Ubicados en una zona estratégica, “Cantar de los cantares” es un lugar de fácil acceso, amplio y versátil, ideal para diferentes tipos de eventos. Esta ubicación privilegiada garantiza que nuestros clientes disfruten de un espacio cómodo y adecuado para celebrar sus ocasiones más especiales, sin tener que preocuparse por la logística de transporte o el espacio disponible.

Promoción:

En cuanto a la promoción, utilizamos estrategias de marketing digital como campañas de Google Ads (tanto de búsqueda como de display) para alcanzar a personas que buscan salones de eventos en la zona. También aprovechamos redes sociales como Instagram y TikTok, creando anuncios segmentados por intereses y ubicación para captar la atención de nuestro público objetivo. Colaboramos con influencers locales y especializados en eventos, lo que nos ayuda a llegar a una audiencia más amplia. Además, implementamos marketing de contenidos, generando blogs, publicaciones, guías y videos que posicionan nuestro restaurante como un referente en la organización de eventos.

Fidelización

1. “Alianzas Eternas”

El programa de membresías "Alianzas Eternas" motiva a nuestros clientes a celebrar varios eventos a lo largo del año (como bodas, aniversarios y eventos corporativos), brindándoles beneficios exclusivos en futuras reservas.

Niveles de Membresía:

- **AMIGOS:** Clientes que hayan realizado 2 eventos en el año.
- **EDÉN:** Clientes que hayan realizado 4 o más eventos en el año.

Beneficios por Membresía:

- **Descuentos exclusivos:** Entre un 10% y un 20% de descuento en futuras reservas, dependiendo del tipo de evento y el plan elegido.
- **Servicios adicionales:** Una decoración floral especial, una degustación de menú para el evento o un arreglo de globos (según el tipo de evento).
- **Prioridad en reservas:** Los miembros del programa tienen prioridad para reservar en fechas de alta demanda (como fines de semana en temporadas altas) y en la selección de espacios exclusivos para su evento.

Beneficio Exclusivo para Miembros EDÉN: Los miembros de la categoría EDÉN pueden acceder a un servicio adicional sin costo en su próximo evento, que puede ser karaoke, fotografía o video, según el plan contratado.

Después de cada evento, se informará a los clientes sobre el programa "Alianzas Eternas," invitándolos a seguir celebrando sus momentos especiales con nosotros. Además, promocionamos el programa a través de nuestro sitio web y redes sociales para incentivar la participación de nuevos clientes.

Mensaje Promocional: “Únete al Club Alianzas Eternas y disfruta de descuentos, servicios exclusivos y prioridad en tus próximas reservas.”

2. Descuentos por Referencias

Para atraer nuevos clientes, incentivamos a nuestros clientes actuales a que nos recomienden, ofreciéndoles descuentos y beneficios en futuras reservas por cada nuevo cliente que contrate un evento a través de su recomendación. Cada cliente recibe un código de referencia personalizado que puede compartir con amigos, familiares o conocidos interesados en organizar un evento con nosotros.

Beneficios para el Cliente Referente:

- **Descuentos Directos:** Por cada nuevo cliente referido que reserve un evento, el cliente referente obtiene un 10% de descuento en su próxima reserva o un servicio adicional gratuito, como una sesión de fotografía o una mejora en la decoración.
- **Bonificación Acumulable:** Los clientes pueden acumular descuentos por múltiples referencias, alcanzando hasta un 30% de descuento si tres clientes recomendados contratan nuestros servicios.

Beneficios para el Cliente Referido:

- **Descuento de Bienvenida:** El cliente referido recibe un 5% de descuento en su primer evento como agradecimiento por aceptar la recomendación y contratar el servicio.

Después de cada evento, invitamos a los clientes satisfechos a compartir su experiencia a través de un correo personalizado o un mensaje de WhatsApp, donde se les recuerda el beneficio de recomendarnos:

Mensaje Promocional: “¿Disfrutaste de tu evento en Cantar de los Cantares?

Recomiéndanos a un amigo y recibe un 10% de descuento en tu próxima celebración.

¡Comparte tu código de referencia y ayuda a otros a vivir una experiencia inolvidable!”

Postventa-Servicio Al Cliente

1. **Encuesta de Satisfacción:** Después de cada evento, es importante enviar una encuesta de satisfacción para recoger opiniones sobre el servicio, la calidad de la comida, la decoración y otros aspectos clave. Esta encuesta debe incluir preguntas de opción múltiple y espacios para comentarios abiertos, lo que permitirá identificar áreas de mejora y obtener testimonios positivos.

Si un cliente reporta una experiencia negativa, se debe ofrecer una compensación adecuada, como un descuento o una mejora gratuita en su próximo evento, para fortalecer la relación.

Mensaje: “Gracias por elegir Cantar de los Cantares para su celebración. Esperamos que haya tenido una experiencia inolvidable. Nos encantaría conocer su opinión para seguir mejorando y asegurarnos de que su próximo evento sea aún más especial. ¡Esperamos verle pronto nuevamente! Dios los bendice”

2. **Agradecimiento Personalizado:** Enviar un mensaje de agradecimiento personalizado (correo o WhatsApp) dentro de las 48 horas posteriores al evento, junto con una oferta de descuento en una futura reserva. Incluyendo un enlace al programa de referencias "Descuentos por Referencias" para animar a los clientes a recomendar el servicio y comentarles sobre nuestro Club “Alianzas Eternas” para acceder a más descuentos en sus próximos eventos.
3. **Invitaciones a Eventos Exclusivos:** Invitar a los clientes frecuentes a eventos especiales de Cantar de los Cantares, como degustaciones de menú o lanzamientos de nuevos paquetes de servicios, es una excelente manera de fortalecer la relación a largo plazo y fomentar la fidelización.

Política de crédito

Para facilitar a nuestros clientes la realización de reservas y la organización de eventos de ensueño sin límites, ofrecemos opciones de pago flexibles:

“En Cantar de los Cantares queremos hacer más sencilla la organización de su evento ideal. Consulte nuestras opciones de pago en cuotas y descuentos por pago anticipado para celebrar sin preocupaciones.”

- 1. Pago en cuotas:** Puede abonar el total del evento en cuotas sin intereses de hasta 3 meses en paquetes básicos, y de hasta 6 meses en paquetes premium o servicios adicionales. El primer pago es del 30% al momento de la reserva, y el saldo restante se divide en cuotas hasta la fecha del evento.
- 2. Pago fraccionado:** Durante la planificación, se permite el pago en tres etapas: Reserva inicial (30%), Confirmación de servicios adicionales o específicos (30%) y el pago final (40%) una semana antes del evento. Esto brinda comodidad al cliente y garantiza la reserva del espacio.
- 3. Descuentos por pago anticipado:** Se ofrece un descuento del 5% en el total del evento por pagos completos anticipados.
- 4. Pago a empresas:** Para eventos corporativos, se ofrece un periodo de gracia de 30 días después del evento para completar el pago (especificado en el contrato).

Condiciones de Cancelación y/o Reembolso

“En Cantar de los Cantares entendemos que pueden surgir imprevistos. Nuestro objetivo es ofrecerle flexibilidad, pero también proteger el esfuerzo y los recursos invertidos

en la planificación de su evento. Le recomendamos revisar nuestras políticas de cancelación y reembolso detalladas para asegurar la mejor experiencia posible.”

Todas las solicitudes de cancelación y reembolso deben realizarse por escrito, a través del correo electrónico, indicando los datos de la reserva, el motivo de la cancelación y la información bancaria para el reembolso.

1. **Más de 60 antes del evento:** Reembolso del 90% del monto abonado hasta el momento. 10% de retención por gastos administrativos.
2. **Entre 30 y 60 días antes del evento:** Reembolso del 70% del monto abonado hasta el momento. Retención del 30% por gastos de planificación incurridos, reservas de proveedores y personal.
3. **Entre 15 y 29 días antes del evento:** Reembolso del 50% del monto abonado hasta el momento. Retención del 50% por gastos de preparativos avanzados, reserva del espacio y reservas con proveedores.
4. **Menos de 15 días antes del evento:** No se realizan reembolsos, debido a los costos de reservación, de personal y de preparativos comprometidos.

Reprogramación: Se ofrece la opción de reprogramar el evento sin la pérdida del depósito, siempre se notifique con al menos 30 días de anticipación de la fecha original estipulada para el evento y estará dispuesta a la disponibilidad del lugar.

Devolución de pago: En un plazo de 15 a 30 días hábiles desde la fecha de cancelación el cliente recibirá su reembolso correspondiente.

ESTUDIO DE OPERACIONES

Este capítulo analiza las operaciones internas necesarias para llevar a cabo el servicio, desde la organización de los procesos hasta la distribución del espacio y los costos de producción. También se describen las inversiones requeridas en infraestructura y capital de trabajo, ofreciendo una visión clara de la logística y la gestión operativa para asegurar la correcta entrega del servicio.

Descripción y formalización del proceso

Fase de procedimiento

- **Comprobación inicial:** En esta etapa, el cliente interactúa con la empresa a través de nuestras plataformas de teléfono, sitio web, redes sociales o a través de una visita presencial.
- **Asesoramiento:** Mediante una reunión, el objetivo es comprender al cliente, sus requerimientos, gustos, clase de evento y presupuesto. **Decisión:** En caso de que el cliente muestre interés en seguir, se procede a la Fase de Reserva de Evento. Si el cliente no quiere continuar, el proceso se considera concluido.

Fase de Confirmación de Evento

- Se efectúa el abono inicial del evento (30%) y se rubrica un acuerdo que especifica las condiciones y términos del servicio. El cliente selecciona el paquete que más lo cautiva y los servicios extra que quiere incorporar.

Planificación y personalización: Se elabora un esquema a medida para el evento (tema, mobiliario, menú y servicios extra) y se coordinan encuentros de seguimiento con el cliente para modificar los pormenores.

Confirmación y Alistamiento: La finalización del evento se realiza con el cliente, quien efectúa el siguiente abono (conforme a la política de cuotas). Además, se administra la organización logística, se establece comunicación con los proveedores y se dispone todo lo requerido (decoración, alimentación, personal).

Implementación del Evento Realización de la Actividad: Organización del evento en el día establecido. Se designa un coordinador para monitorear cada detalle: montaje, servicio, atención al cliente y solución de posibles problemas en directo.

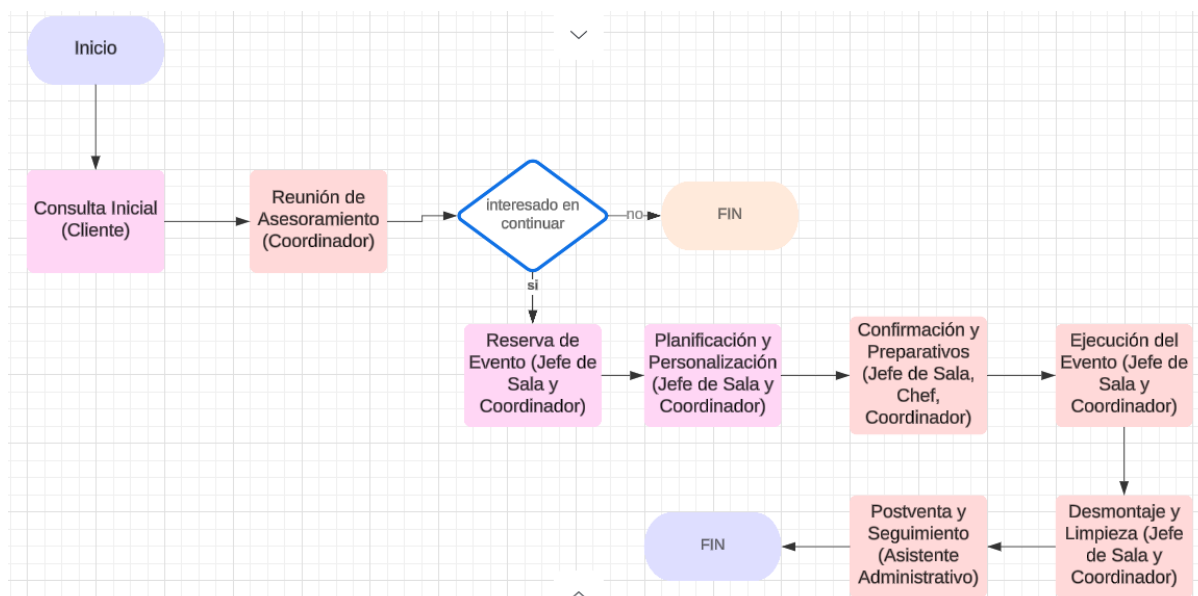
Fase de culminación del evento

- **Desmontaje y Cuidado:** Una vez finalizado el evento, se lleva a cabo el desmantelamiento de la decoración, la limpieza del lugar y la devolución de los equipos.
- **Postventa y Monitoreo:** Se proporciona un sondeo de satisfacción al cliente, se le agradece su preferencia y se le brinda la posibilidad de afiliarse al programa de membresía "Alianzas Eternas" o recomendar a amigos para obtener rebajas.
-

Fin del proceso.

Figura 4.

Diagrama de flujo

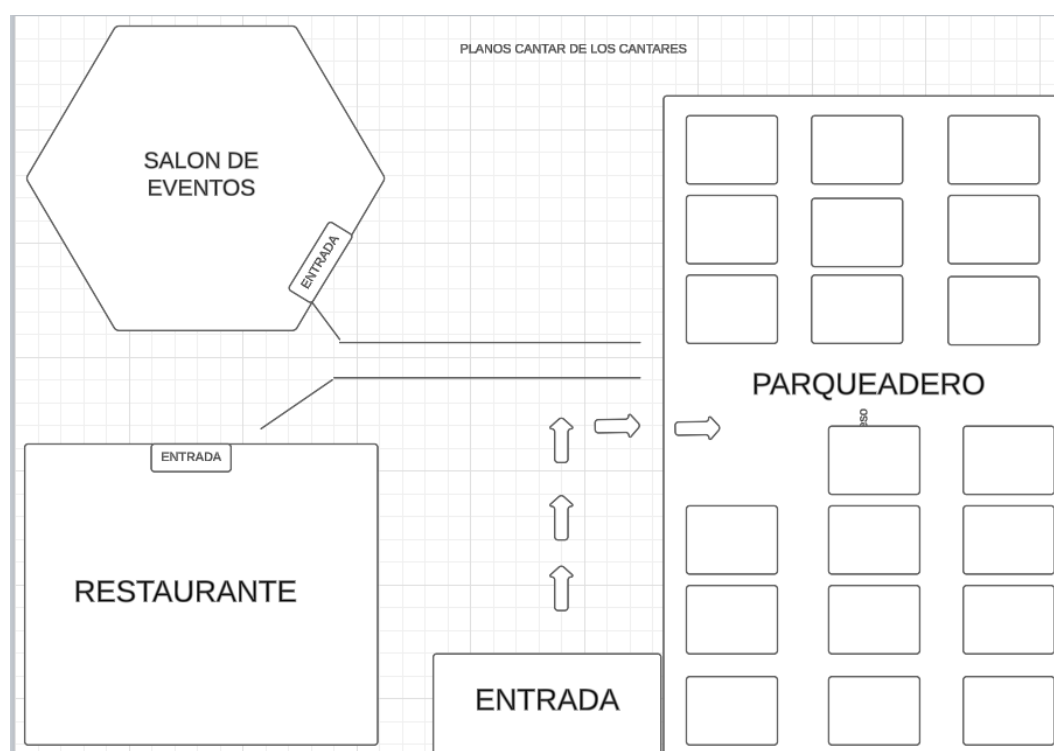


Nota. Elaboración propia. Lamilla Useche, B.C. & Flórez Lopera, L.S (2024). Proyecto empresarial: Cantar de los Cantares. Bogotá (Colombia): Universidad Santo Tomás

Distribución de planta

Figura 5.

Diseño restaurante

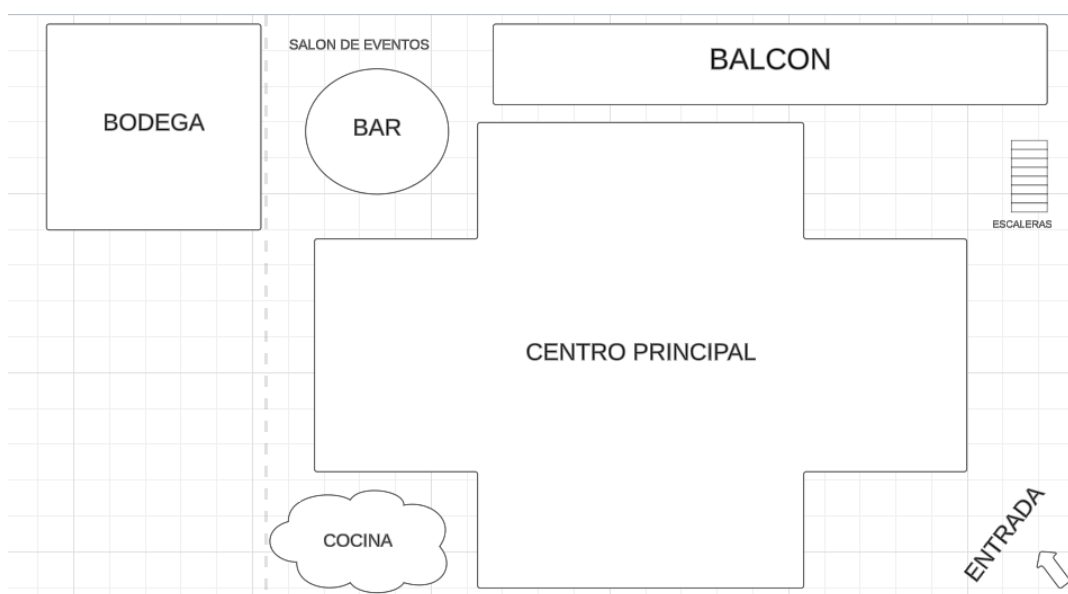


Nota. Elaboración propia. Lamilla Useche, B.C. & Flórez Lopera, L.S (2024). Proyecto empresarial: Cantar de los Cantares. Bogotá (Colombia): Universidad Santo Tomás

Al ingresar al terreno, se encuentra el parqueadero general, destinado a todos nuestros clientes. A la izquierda, se ubica el restaurante principal, diseñado para el público en general, con capacidad para hasta 300 comensales. A la derecha, siguiendo un camino señalizado, se localiza el salón de eventos, cuya entrada está reservada exclusivamente para aquellos clientes que hayan realizado una reserva previa para celebraciones específicas.

Figura 6.

Salon de eventos



Nota. Elaboración propia. Lamilla Useche, B.C. & Flórez Lopera, L.S (2024). Proyecto empresarial: Cantar de los Cantares. Bogotá (Colombia): Universidad Santo Tomás

El plano del salón de eventos muestra una entrada principal que conecta con un balcón a la derecha, accesible mediante una única escalera. En la parte posterior del salón, hay una bodega destinada al almacenamiento de materiales como sillas, mesas, decoraciones y vajillas, entre otros. También en esta área se encuentran los baños y una cocina integral para la organización y preparación básica de alimentos. Es importante destacar que la mayoría de los platillos serán preparados previamente en la cocina industrial del restaurante. Además, el salón cuenta con un bar, diseñado para que los asistentes puedan reclamar sus bebidas de manera eficiente.

Figura 7.*Salon*

Nota. Elaboración propia. Lamilla Useche, B.C. & Flórez Lopera, L.S (2024). Proyecto empresarial: Cantar de los Cantares. Bogotá (Colombia): Universidad Santo Tomás

El diseño del restaurante incluye una recepción estratégicamente situada para gestionar la llegada de los clientes de manera ordenada. Este área cuenta con una disposición de mesas que puede albergar hasta 300 personas, manteniendo la esencia de "Cantar de los Cantares" como un lugar acogedor.

Dentro del restaurante, hay una tarima destinada a presentaciones en vivo y un amplio espacio que facilita tanto el movimiento de los clientes como el trabajo de los meseros. Este diseño permite que los clientes se desplacen con comodidad hacia áreas como la pista de baile o los baños, que se encuentran al fondo del salón. En la parte trasera del restaurante, hay una cocina industrial equipada para la preparación eficiente de los alimentos, así como una isla bar, diseñada para optimizar el espacio y agilizar el servicio de bebidas.

Costos de producción.

Tabla 3.

Costos de Producción “Cantar de los Cantares”

Tipo de Evento	Paquete Básico	Precio Base	Servicios Adicionales	Costo Producción Total
Bodas	Alquiler, decoración básica, menú, coordinación básica, DJ	\$11,000,000	Fotografía: \$2,000,000, Vídeo: \$3,000,000, Barra Premium: \$1,500,000	\$17,500,000
	Todo lo del básico + decoración personalizada, barra premium, coordinación completa, fotografía, video	\$18,000,000	N/A	\$18,000,000
Cumpleaños Infantil	Alquiler, decoración infantil, menú infantil, animador infantil	\$5,000,000	Fotografía: \$1,500,000, Vídeo: \$1,800,000	\$8,300,000
	Todo lo del básico + decoración personalizada, menú infantil, animador, regalos, piñata, coordinación completa, fotografía, video	\$8,000,000	N/A	\$8,000,000
Cumpleaños Adulto	Alquiler, decoración temática, menú variado, música en vivo (banda o DJ)	\$8,000,000	Fotografía: \$1,500,000, Vídeo: \$2,000,000, Barra Premium: \$1,500,000	\$11,000,000

	Todo lo del básico + decoración temática, menú de autor, música en vivo, coordinación completa, fotografía, video	\$12,000,000	N/A	\$12,000,000
Corporativo	Alquiler, catering ejecutivo, equipo audiovisual, coordinación de actividades	\$15,000,000	Fotografía: \$2,000,000, Vídeo: \$3,000,000, Barra Premium: \$1,500,000	\$21,500,000
	Todo lo del básico + catering ejecutivo, equipo audiovisual, actividades team building, coordinación completa, fotografía, video	\$20,000,000	N/A	\$20,000,000
Aniversarios	Alquiler, decoración romántica, menú especial, música en vivo (trío o dúo)	\$8,000,000	Fotografía: \$1,500,000, Vídeo: \$1,800,000	\$11,300,000
	Todo lo del básico + decoración romántica, menú especial, música en vivo, arreglo de flores, fotografía, video	\$11,000,000	N/A	\$11,000,000

Nota. Tabla de elaboración propia. Lamilla Useche, B.C. & Flórez Lopera, L.S (2024). Proyecto empresarial: Cantar de los Cantares. Bogotá (Colombia): Universidad Santo Tomás.

Inversiones en infraestructura

Teniendo en cuenta que la inversión inicial son los fondos que se necesitan para poder poner en marcha “Cantar de los Cantares” respecto a los activos fijos (terreno, edificio, maquinaria equipo, etc), gastos preoperativos (Licencias, permisos, todos los gastos legales,

marketing digital, etc) y el capital de trabajo vienen siendo el dinero que necesita “Cantar de los Cantares” diariamente para poder estar en funcionamiento esto incluye (inventarios, cuentas por cobrar, efectivo, entre otros). Explicando lo anterior se empieza formular las inversiones en infraestructura a continuación (Inversión inicial) y el estudio financiero (capital de trabajo) se observará más adelante en el apartado de Estudio Financiero.

Tabla 4.

Inversiones en infraestructura

RUBRO	RANGO DE COSTOS
LOCAL Y CONSTRUCCIÓN	\$50,000,000 - \$90,000,000
EQUIPAMIENTO DE COCINA	\$25,000,000 - \$30,000,000
MOBILIARIO Y DECORACIÓN	\$10,000,000 - \$12,000,000
TECNOLOGÍA	\$2,500,000 - \$5,000,000
INSTALACIONES	\$5,000,000 - \$9,000,000
TOTAL ESTIMADO	\$92,500,000 - \$146,000,000

Nota. Tabla de elaboración propia. Lamilla Useche, B.C. & Flórez Lopera, L.S (2024). Proyecto empresarial: Cantar de los Cantares. Bogotá (Colombia): Universidad Santo Tomás.

Inversiones en capital de trabajo

- Ventas mensuales promedio: \$200.000,000
- Costo de ventas: 30% de las ventas (\$60.000,000)
- Cuentas por cobrar promedio: 45 días
- Cuentas por pagar promedio: 30 días
- Inventario promedio: Equivalente a 15 días de ventas

Cálculo:

- Capital de trabajo neto: (Cuentas por cobrar + Inventario) - Cuentas por pagar
- Cuentas por cobrar: $(\$10,000,000 / 30 \text{ días}) * 45 \text{ días} = \$15,000,000$

- Inventario: $(\$15,000,000 / 30 \text{ días}) * 15 \text{ días} = \$7,500,000$
- Cuentas por pagar: $(\$25,000,000 / 30 \text{ días}) * 30 \text{ días} = \$25,000,000$
- Capital de trabajo neto: $(\$20,000,000 + \$5,000,000) - \$5,000,000 = \$20,000,000$
- En este ejemplo, el restaurante necesitaría un capital de trabajo de \$20.000.000 para operar.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

El análisis organizacional define la estructura de la compañía, incluyendo los perfiles y roles de cada posición, las exigencias legales para el funcionamiento y los gastos de administración. Además, se examinan las tácticas de motivación y liderazgo para asegurar un entorno de trabajo productivo y en concordancia con las metas empresariales, junto con los indicadores de administración que facilitarán la supervisión del desempeño.

Estructura Organizacional

Figura 6.

Organigrama “Cantar de los Cantares”



Nota. Elaboración propia. Lamilla Useche, B.C. & Flórez Lopera, L.S (2024). Proyecto empresarial: Cantar de los Cantares. Bogotá (Colombia): Universidad Santo Tomás

Perfiles de cargo y funciones

Jefe de Sala

Título del puesto: Jefe de Sala; Departamento: Servicio al cliente; Resumen: Responsable del servicio al cliente

Funciones y responsabilidades:

- Coordinación del personal de sala
- Gestión de reservas
- Organización de eventos
- Supervisión de la ambientación.

Requisitos:

- Profesional con experiencia en servicio al cliente
- Habilidades organizativas
- Capacidad para crear ambientes acogedores.

Coordinador de Eventos

Título del puesto: Coordinador; Departamento: Servicio al cliente; Resumen: Encargado de la planificación y ejecución de todos los eventos

Funciones y responsabilidades:

- Planificación y ejecución de todos los eventos
- Decoración
- Coordinación con proveedores externos

Requisitos:

- Profesional con experiencia en organización de eventos

- Creatividad
- Capacidad para gestionar múltiples tareas.

Jefe de Cocina

Título del puesto: Chef de Cocina; Departamento: Cocina; Resumen: Responsable de la planificación, preparación y presentación de todos los platos del restaurante, asegurando la calidad, sabor y presentación de los alimentos.

Funciones y responsabilidades:

- Diseñar y desarrollar nuevos platos y menús.
- Supervisar la preparación de los alimentos.
- Garantizar la calidad de los ingredientes y la higiene en la cocina.
- Gestionar al equipo de cocina.
- Controlar los inventarios y realizar pedidos.
- Participar en eventos especiales y catas.

Requisitos:

- Título en gastronomía o experiencia comprobable.
- Dominio de técnicas culinarias variadas.
- Capacidad de liderazgo y trabajo en equipo.
- Conocimiento de normas de higiene y seguridad alimentaria.
- Creatividad y pasión por la cocina.

Ayudante de Cocina

Título del puesto: Ayudante de Cocina; Departamento: Cocina; Resumen: Apoyar al chef en la preparación de los alimentos, manteniendo la limpieza y organización de la cocina.

Funciones y responsabilidades:

- Preparar ingredientes.
- Limpiar utensilios y equipos.
- Ayudar en la cocción de los alimentos.
- Mantener la cocina organizada y limpia.

Requisitos:

- Experiencia básica en cocina.
- Disponibilidad para trabajar bajo presión.
- Habilidades de limpieza y organización.

Mesero

Título del puesto: Mesero; Departamento: Servicio; Resumen: Atender a los clientes de manera eficiente y cordial, asegurando una experiencia gastronómica agradable.

Funciones y responsabilidades:

- Tomar las órdenes de los clientes.
- Servir los platos y bebidas.
- Atender las solicitudes de los clientes.
- Cobrar las cuentas.
- Mantener limpia y ordenada el área de servicio.

Requisitos:

- Excelente atención al cliente.
- Habilidades de comunicación y servicio.
- Conocimiento de vinos y bebidas.
- Disponibilidad para trabajar en horarios flexibles.

Contador

Título del puesto: Contador; Departamento: Administración; Resumen: Gestionar los aspectos financieros del restaurante, asegurando la precisión y cumplimiento de las obligaciones fiscales.

Funciones y responsabilidades:

- Llevar la contabilidad general del restaurante.
- Elaborar informes financieros.
- Gestionar la nómina.
- Realizar los pagos a proveedores.
- Declarar impuestos.

Requisitos:

- Título en contabilidad o finanzas.
- Experiencia en contabilidad general.
- Conocimiento de software contable.
- Habilidades analíticas y numéricas.

Personal de Seguridad

Título del puesto: Guardia de Seguridad; Departamento: Seguridad; Resumen: Proteger las instalaciones, los empleados y los clientes del restaurante.

Funciones y responsabilidades:

- Controlar el acceso al restaurante.
- Realizar rondas de vigilancia.
- Reportar cualquier incidente.
- Brindar asistencia a los clientes.

Requisitos:

- Curso de seguridad.
- Licencia de portación de armas (si aplica).
- Capacidad para trabajar bajo presión.
- Buen juicio y capacidad de reacción.

Gerente General

Título del puesto: Gerente General; Departamento: Administración; Resumen: Administrar la operación general del restaurante

Funciones y responsabilidades:

- Responsable de la operación general del restaurante
- Toma de decisiones estratégicas
- Supervisión del personal
- Gestión financiera
- Relaciones con clientes.

Requisitos:

- Profesional con experiencia en gestión de restaurantes

- Liderazgo
- Habilidades comunicativas
- Orientación al cliente.

Asistente Administrativo

Título del puesto: Asistente Administrativo; Departamento: Administración; Resumen:

Apoyar al gerente en las tareas administrativas del restaurante.

Funciones y responsabilidades:

- Atender llamadas telefónicas y correos electrónicos.
- Gestionar la agenda del gerente.
- Realizar tareas de oficina.
- Coordinar eventos y reservas.

Requisitos:

- Habilidades organizativas y administrativas.
- Dominio de herramientas informáticas.
- Buena comunicación verbal y escrita.

Requisitos legales del proyecto.

1. Registro Mercantil:

- ❖ Constitución de la empresa: Se debe definir la forma jurídica de la empresa (sociedad limitada, SAS, etc.) y realizar los trámites correspondientes ante la Cámara de Comercio.

- ❖ Inscripción en el Registro Único Tributario (RUT): Este registro permite obtener el número de identificación tributaria del negocio propuesto “Cantar de los Cantares”.

Permisos del Ayuntamiento:

- ❖ Licencia de operación: Es la autorización principal que permite el funcionamiento del restaurante. En este momento, solo se considerarán los requisitos necesarios en Bogotá.
- ❖ Licencia de salud: Ofrecido por la Secretaría de Salud, asegura el acatamiento de las regulaciones de salud.
- ❖ Registro de bomberos: Asegura que la instalación respeta las regulaciones de seguridad contra incendios.
- ❖ Permiso para la edificación: Se llevará a cabo una edificación y reformas conforme transcurran los años.

4. Requisitos de Sanidad:

- ❖ Organización de saneamiento: Documento que especifica las acciones de higiene y seguridad en los alimentos que se pondrán en marcha.
- ❖ Formación de los empleados: Todos los trabajadores que manejen alimentos necesitarán estar formados en el manejo de alimentos.
- ❖ Control de plagas: Es obligatorio contar con un contrato de control de plagas.
- ❖ Buenas prácticas de manufactura: Se deberá cumplir con las normas de buenas prácticas de manufactura (BPM).

5. Registros legales

- ❖ Registro ante la Dian: Para el cumplimiento de las obligaciones tributarias.
- ❖ Afiliación a las Cámaras de Comercio: Para acceder a servicios y beneficios.

- ❖ Contrato de arrendamiento o escritura de propiedad: Dependerá si el local es alquilado o propio.
- ❖ Seguro de responsabilidad civil: Para cubrir posibles daños a terceros.
- ❖ Cumplimiento de normas laborales: Registro en la seguridad social, pago de prestaciones sociales, etc.
- ❖ Normativa Aplicable:
 - **Código Sanitario Nacional:** Regula las condiciones sanitarias de los alimentos y establecimientos.
 - **Decreto 3075 de 1997:** Establece las normas sanitarias para los alimentos y bebidas para el consumo humano.
 - **Resolución 2674 de 2013:** Define los requisitos sanitarios para los establecimientos de alimentos y bebidas.
 - **Normas locales:** Llegado el momento se buscará abrir más puntos por ende se tendrán que ejecutar las normas locales que se presenten de más.
 - **Asesoría legal:** Se consultará con un abogado especializado en derecho comercial para que nos asesore en todos los trámites que falten.
 - **Asesoría contable:** Se contratará un contador para llevar la contabilidad del negocio y cumplir con las obligaciones tributarias.
 - **Inspecciones periódicas:** Las autoridades sanitarias realizarán inspecciones periódicas para verificar el cumplimiento de las normas, por lo tanto, se buscará realizar evaluaciones cada semana para que todo se encuentre según lo exigen las respectivas entidades.

Gastos administrativos

- **Gastos Legales y Administrativos:**
 - Honorarios de abogados y contadores: Para la constitución de la empresa, gestión de trámites legales y contables.

- Licencias y permisos: Renovación anual de licencias de funcionamiento, sanitarias y demás permisos requeridos.
 - Impuestos: Impuesto sobre la renta, IVA, retenciones en la fuente, impuesto predial, etc.
 - Registro mercantil: Pago de derechos de registro y renovación.
 - Notarías: Gastos asociados a la firma de documentos legales.
 - Tasaciones: Para la valoración de bienes inmuebles o activos.
- ***Gastos de Personal:***
 - Salarios y prestaciones sociales: Sueldos de empleados administrativos, nómina, seguridad social, cesantías, vacaciones, etc.
 - Capacitación: Cursos y talleres para el personal.
 - Uniformes: Compra y mantenimiento de uniformes para el personal.
 - Equipos de protección personal (EPP): Para garantizar la seguridad de los empleados.
- ***Gastos de Oficina:***
 - Papelería: Facturas, recibos, hojas, sobres, etc.
 - Suministros de oficina: Tinta, toner, clips, grapadoras, etc.
 - Software: Programas contables, de gestión, nómina, etc.
 - Mantenimiento de equipos: Reparación y mantenimiento de computadoras, impresoras, etc.
 - Servicios públicos: Teléfono, internet, energía eléctrica.
- ***Gastos de Marketing y Publicidad:***

- Diseño gráfico: Creación de logotipos, menús, material publicitario.
- Publicidad: Anuncios en medios digitales y tradicionales.
- Marketing digital: Gestión de redes sociales, campañas de email marketing.
- Relaciones públicas: Participación en eventos y ferias.

Metodologías de Motivación

Reconocimiento y Apreciación

- Reconocimiento público: Se buscará celebrar los logros individuales y grupales del equipo frente a todos.
- Programas de reconocimiento formal: Se implementará un sistema de reconocimientos, como empleado del mes o bonos por desempeño.
- Comentarios positivos: Se harán comentarios positivos y específicos sobre el trabajo bien hecho.
- Agradecimientos personalizados: Se enviarán notas de agradecimiento o pequeños obsequios para mostrarle el aprecio por los hechos.

Desarrollo Profesional

- Capacitaciones: Se ofrecerán cursos y talleres para que los empleados adquieran nuevas habilidades y conocimientos.
- Programas de mentoría: Asignación de mentores a los empleados para guiar su desarrollo profesional.
- Oportunidades de crecimiento: Crear un plan de carrera que permita a tus empleados ascender dentro de la empresa.

Empoderamiento

- Delegación de responsabilidades: Confiar en los empleados para que tomen decisiones y asuman responsabilidades.
- Iniciativas propias: Fomentaremos la participación de los empleados en la toma de decisiones y en la implementación de nuevas ideas.
- Autonomía: Permitir que los empleados puedan tener cierto grado de autonomía en su trabajo.

Ambiente de Trabajo Positivo

- Comunicación abierta: Fomentar un ambiente de comunicación abierta y honesta.
- Trabajo en equipo: Organizaremos actividades que fomenten el trabajo en equipo y la colaboración.
- Espacios agradables: Crear un ambiente de trabajo cómodo y agradable.
- Celebraciones: Organizar eventos y celebraciones para fortalecer los lazos entre los empleados.

Incentivos Económicos

- Bonificaciones por objetivos: Establecer metas claras y ofrecer bonificaciones por alcanzarlas.
- Participación en utilidades: Si es posible, implementaremos un programa de participación en las utilidades.
- Flexibilidad en la compensación: Ofrecer opciones de compensación flexibles, como días libres adicionales o horarios flexibles.

Reconocimiento Social

- Muros de reconocimiento: Crear un espacio donde se exhiban los logros de los empleados.

- Publicaciones en redes sociales: Compartir las historias de éxito de los empleados en las redes sociales.
- Programas de voluntariado: Fomentar el voluntariado para que los empleados se involucren en causas sociales.

Bienestar del Empleado

- Programas de bienestar: Ofrecer programas de bienestar físico y mental, como clases de yoga o descuentos en gimnasios.
- Alimentación saludable: Proporcionar opciones de alimentación saludable para los empleados.
- Horarios flexibles: Si es posible, ofrece horarios flexibles para facilitar la conciliación de la vida laboral y personal.

Mecanismos de Liderazgo

- Comunicación de Ambas Vías: El líder debe promover una comunicación franca y clara, garantizando que tanto él como su equipo se sientan a gusto manifestando sus pensamientos e inquietudes. Esto se consigue mediante encuentros periódicos, cuestionarios de satisfacción y vías de comunicación no formal.
- Identificación y Valoración: Un sistema robusto de reconocimiento hace que los trabajadores se sientan apreciados y estimulados. Esto puede abarcar desde un mero "gracias" hasta bonos, ofertas o días de descanso extra.
- Fortalecimiento Profesional: Invertir en la capacitación de los trabajadores evidencia un compromiso con su desarrollo a largo plazo. Esto puede alcanzarse mediante programas de formación, posibilidades de mentoría y planes de desarrollo profesional personalizados.

- **Potenciación:** Encargarse de tareas y brindar independencia a los trabajadores promueve la iniciativa y la creatividad. Al dejar que los trabajadores decidan, se sienten más involucrados con el triunfo del restaurante.
- **Dirigimiento Situacional:** Un líder efectivo ajusta su estilo de liderazgo a las diversas circunstancias e individuos. Esto significa ser versátil, flexible y con la habilidad de tomar decisiones rápidas.
- **Servidor Liderazgo:** El líder servidor prioriza las demandas de su equipo por encima de las propias. Se centra en establecer vínculos fuertes, promover el desarrollo de los demás y generar un entorno laboral positivo.
- **Transformacional Liderazgo:** Un líder transformador motiva a su equipo a llegar a nuevas épicas y a vencer los obstáculos. Transmite una visión precisa para el porvenir del restaurante e incentiva a los trabajadores a esforzarse en lograr dicha visión.
- **Dirigimiento Democrático:** Incorporar al equipo en la toma de decisiones críticas promueve la implicación y la dedicación. Cuando los empleados se sienten escuchados y apreciados, suelen sentirse motivados y comprometidos.

Indicadores de Gestión

- **Ingresos por venta:** Total de ingresos generados por la venta de alimentos y bebidas.
 - *Ejemplo:* Ingresos promedio por mesa, ticket promedio.
- **Costo de ventas:** Gastos directos relacionados con la producción de alimentos y bebidas.
 - *Ejemplo:* Costo de materia prima como porcentaje de las ventas.
- **Utilidad bruta y neta:** Margen de ganancia obtenido después de deducir los costos de ventas y los gastos operativos.
- **Rotación de inventario:** Velocidad a la que se vende el inventario.

- *Ejemplo:* Número de veces que se renueva el inventario en un período determinado.
- Punto de equilibrio: Nivel de ventas necesarios para cubrir todos los costos.

Indicadores de Gestión Operativa

- Tiempo de espera a los clientes: Tiempo que los clientes esperan para ser atendidos.
- Tasa de ocupación: Porcentaje de mesas ocupadas durante un período determinado.
- Rotación de mesas: Número de veces que una mesa es ocupada durante un servicio.
- Pérdidas en desperdicio de alimentos: Cantidad de alimentos que se desechan.
- Tiempo de preparación de pedidos: Tiempo que tarda en prepararse un pedido desde que se toma.

Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

- Rotación de personal: Tasa de empleados que renuncian o son despedidos.
- Absentismo: Número de días que los empleados faltan al trabajo.
- Productividad por empleado: Cantidad de producción o ventas por empleado.
- Satisfacción del empleado: Nivel de satisfacción de los empleados con su trabajo y la empresa.

Indicadores de Gestión de la Calidad

- Número de quejas de clientes: Cantidad de quejas recibidas por los clientes.
- Índice de satisfacción del cliente: Medición del grado de satisfacción de los clientes con el servicio.
- Calificación promedio de los platos: Calificación promedio otorgada por los clientes a los platos del menú.

Indicadores de Marketing y Ventas

- Tasa de conversión de clientes: Porcentaje de clientes potenciales que se convierten en clientes.
- Retorno de la inversión en marketing: Medición del retorno de la inversión en campañas de marketing.
- Número de clientes nuevos: Cantidad de nuevos clientes adquiridos en un período determinado.

ESTUDIO FINANCIERO

Este capítulo presenta la viabilidad financiera de "Cantar de los Cantares", ofreciendo un análisis exhaustivo que abarca presupuestos, flujos de efectivo, estados financieros preliminares y los indicadores clave que ayudan a evaluar la rentabilidad y la viabilidad del proyecto. En esta sección, se pretende mostrar cómo las decisiones financieras apoyan el éxito sostenible del negocio.

Presupuestos

- **Presupuesto de Ventas:** El presupuesto de ventas proyecta los ingresos anuales esperados, basados en la comercialización de alimentos, bebidas y servicios para eventos especiales. Este cálculo incluye:
 - Proyección comercial: Se estima un ingreso anual de **\$3,282,000,000 COP** proveniente de eventos sociales y corporativos, considerando la capacidad del restaurante, las tendencias del mercado y la estacionalidad. (ver Tabla 2)
 - Otros beneficios: Ingresos adicionales a través de servicios complementarios como fotografía, música en vivo y menús personalizados, lo que aumenta el valor de cada evento.
- **Presupuesto de Gastos:**
 - Costos de comercialización: Se especifican todos los costos vinculados directamente con la elaboración y comercialización de alimentos y bebidas, tales como la adquisición de materiales, el trabajo directo y otros gastos vinculados.

- Costos de operación: Se contemplan todos los costos requeridos para sostener la operación del restaurante, tales como renta, servicios públicos, sueldos, publicidad, conservación y seguros.
- Costos económicos: Se toman en cuenta los costos asociados a la adquisición de financiación, tales como los intereses de los créditos y las comisiones bancarias.
- Tributos: Se contemplan todos los tributos que afectan al negocio, tales como el impuesto a la renta y el IVA.

- **Estados Financieros Proforma:**

Tabla 5.

Estados financieros (Año 1)

Concepto	Monto (COP)
Ingresos Totales	\$3,282,000,000
Costos Variables	\$984,600,000
Materia Prima	\$750,000,000
Servicios Adicionales	\$234,600,000
Costos Fijos	\$1,020,000,000
Renta	\$180,000,000
Servicios Públicos	\$300,000,000
Salarios	\$540,000,000
Costos Totales	\$2,004,600,000
Utilidad Bruta	\$1,277,400,000
Impuestos (30%)	\$383,220,000
Utilidad Neta	\$894,180,000

Nota. Tabla de elaboración propia. Lamilla Useche, B.C. & Flórez Lopera, L.S (2024). Proyecto empresarial: Cantar de los Cantares. Bogotá (Colombia): Universidad Santo Tomás.

De acuerdo a este estado de resultados se demuestra que el negocio es rentable en su primer año de operación, con un margen de utilidad neta proyectado del 27%.

- **Balance General Proforma:**

Tabla 6.*Balance General (Año 1)*

Activo	Valor (COP)	Pasivo y Patrimonio	Valor (COP)
Activo Corriente		Pasivo Corriente	
Inventario Inicial	\$15,000,000	Cuentas por Pagar	\$25,000,000
Cuentas por Cobrar	\$15,000,000	Capital de Trabajo	\$20,000,000
Efectivo	\$10,000,000	Total Pasivo Corriente	\$45,000,000
Activo Fijo		Patrimonio	
Infraestructura	\$92,500,000	Capital Social	\$146,000,000
Equipamiento	\$25,000,000		
Mobiliario y Decoración	\$10,000,000		
Total Activos Fijos	\$127,500,000	Total Patrimonio	\$146,000,000
Total Activos	\$157,500,000	Total Pasivo y Patrimonio	\$157,500,000

Nota. Tabla de elaboración propia. Lamilla Useche, B.C. & Flórez Lopera, L.S (2024). Proyecto empresarial: Cantar de los Cantares. Bogotá (Colombia): Universidad Santo Tomás.

Este balance muestra una estructura financiera sólida, donde el capital social inicial es suficiente para cubrir las inversiones requeridas para la operación.

Flujo de caja

Tabla 7.*Flujo de caja a 5 años (2024-2029)*

AÑO	Ingresos Totales	Costos Fijos Totales	Costos Variables Totales	Inversiones	Flujo de Efectivo Neto
1	\$ 296.900.246	\$ 85.000.000	\$ 10.000.000	\$ 25.000.000	\$ 189.749.920
2	\$ 373.793.915	\$ 87.890.000	\$ 11.000.000	0	\$ 269.909.315
3	\$ 290.521.000	\$ 89.208.350	\$ 11.500.000	\$150.000.000 (expansión)	\$ 339.812.650

4	\$ 363.000.000	\$ 91.884.600	\$ 12.000.000	0	\$ 264.110.000
5	\$ 400.000.000	\$ 94.650.326	\$ 12.500.000	0	\$ 330.000.000

Nota. Tabla de elaboración propia. Lamilla Useche, B.C. & Flórez Lopera, L.S (2024).
Proyecto empresarial: Cantar de los Cantares. Bogotá (Colombia): Universidad Santo Tomás.

El flujo de caja proyectado abarca los ingresos, los costos y las inversiones iniciales y futuras, incluyendo la expansión prevista para el tercer año. El flujo de efectivo neto refleja un saldo positivo cada año, lo que garantiza la sostenibilidad del negocio.

Punto de Equilibrio (por año en ingresos)

Punto de equilibrio= Costos fijos/ Margen de contribución

- Año 1: \$89,473,684
- Año 2: \$91,935,146
- Año 3: \$92,764,315
- Año 4: \$95,146,775
- Año 5: \$97,703,562

Estos son los ingresos mínimos requeridos para cubrir los costos totales en cada año.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

- TIR: 6.80%

El retorno ha sido moderado, pero se percibe un impacto positivo en general.

Estados Financieros Preliminares

Tabla 8.

Escenario optimista y pesimista

ESCENARIO	INGRESOS	COSTOS	UTILIDAD NETA	MARGEN DE UTILIDAD NETA %
OPTIMISTA	200,000,000	120,000,000	80,000,000	52%
PESIMISTA	95,000,000	75,000,000	20,000,000	22%

Nota. Tabla de elaboración propia. Lamilla Useche, B.C. & Flórez Lopera, L.S (2024). Proyecto empresarial: Cantar de los Cantares. Bogotá (Colombia): Universidad Santo Tomás.

Indicadores de Evaluación Financiera

- Ventas anuales: \$200.000.000
- Costo de ventas: \$120.000.000
- Utilidad neta: \$80.000.000
- Inventario promedio: \$15.000.000
- Cuentas por cobrar: \$200.000
- Cuentas por pagar: \$300.000

El margen de utilidad neta sería: $(80.000.000 / 200.000.000) \times 100 = 40\%$

La rotación de inventario sería: $(120.000.000 / 15.000.000) = 12$ veces al año* 5 años de funcionamiento

Conclusiones

De esta forma, podemos concluir que el análisis financiero de "Cantar de los Cantares" demuestra su viabilidad económica, sustentada en una sólida estructura de ingresos, un control efectivo de costos y proyecciones financieras bien definidas. Las proyecciones de balance y resultados ofrecen una visión clara del potencial del proyecto para generar utilidades sostenibles y atractivas a largo plazo.

REFERENCIAS

- *El sector servicios mantiene su crecimiento en salarios, ingresos y ocupados* | MINCIT. (n.d.). MINCIT. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/sector-servicios-mantiene-su-crecimiento>
- Arango, J. (2024, July 9). Análisis sectorial Colombia primer trimestre 2024. *Roldán Logistics*. <https://www.roldanlogistics.com/post/analisis-sectorial-colombia-primer-trimestre-2024>
- *El sector de eventos empresariales en Colombia: Un pilar económico y social en expansión* - Revista C-Level. (2024, October 27). <https://revistaclevel.com/el-sector-de-eventos-empresariales-en-colombia-un-pilar-economico-y-social-en-expansion>
- La Barra, A. L. P. R. (2024, February 14). Retos del sector gastronómico ara este 2024 br. *Revista La Barra*. <https://www.revistalabarra.com/es/noticias/retos-del-sector-gastronomico-para-este-2024>
- García Ortiz, F., GARCÍA ORTIZ, P. P., & GIL MUELA, M. A. R. I. O. (2016). *Operaciones básicas y servicios en restaurante y eventos especiales* 2. Ediciones Paraninfo, SA.
- Cooper, B., Floody, B., & McNeill, G. (2000). *Como iniciar y administrar un restaurante*. Editorial Norma.
- FELIPE GALLEGO, J. E. S. Ú. S. (2001). *Gestión de alimentos y bebidas para hoteles, bares y restaurantes*. Ediciones Paraninfo, SA.
- Cuevas, F. (2002). *Control de costos y gastos en los restaurantes*. Editorial Limusa.
- CORONEL, J., BASANTES, R., & VINUEZA, A. (2019). Un estudio de la calidad del servicio en restaurantes de mariscos. *Revista espacios*, 40(06).
- Coello Salcedo, M. F. (2022). *Manual de buenas prácticas ambientales en restaurantes*.
- Castaño Ospina, V., & Orozco Agudelo, J. Análisis del uso de Instagram como herramienta para comunicar su propuesta de valor de los restaurantes gourmet de la ciudad de Manizales.
- Kotler, P., Kevin Lane Keller, K. (2011). Dirección de marketing. Recuperado de <https://www.montartuempresa.com/wp-content/uploads/2016/01/direccion-de-marketing-14edi-kotler1.pdf>
- Cardona Chavarría, L. C., & Londoño Restrepo, E. M. (2023). *Diagnóstico y propuesta documental base del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo para el Restaurante Fonda La Bolita ubicado en el Municipio de Sabaneta* (Bachelor's thesis).
- Yufra Quesocalla, C., & Choque Mamani, R. (2022). *Calidad de servicio en el restaurante Las Américas, región Tacna, 2021*.
- PLATA, F. A. C., & AMAZÁN, A. A. G. (2009). *Plan de negocios de un restaurante que posteriormente sirva como base para la creación de una franquicia colombiana, comercializadora de alitas de pollo a domicilio y en punto de venta en la ciudad de*

Bogotá (Doctoral dissertation, Thesis). Pontificia universidad javeriana, Bogotá DC
Recuperado a partir de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/tesis421.pdf>.

- Gamallo Chabria, L. A., & Silva Jiménez, J. L. (2019). Calidad de servicio y satisfacción del cliente del restaurante San Francisco Chiclayo.
- Oria Agudo, A. (2021). Aplicación iOS orientada a la sugerencia de comidas de restaurantes.
- Mitchell, A. (1983). The nine american life styles. Nueva York: Warner
- Solomon M. (2018). Consumer Behaviour. Pearson.
- Statista. (2024, September 18). Colombia: número de matrimonios registrados 2016-2023. <https://es.statista.com/estadisticas/1239955/numero-de-matrimonios-registrados-en-colombia/>
- DANE. (n.d.). Proyecciones de población. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>
- MINCIT. (n.d.). Colombia cerró 2023 con número histórico de empresas activas | MINCIT. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/colombia-cerro-2023-con-historico-empresas-activas>

ANEXOS

Anexo 1

Encuesta investigación de mercado “Cantar de los Cantares”

1. Edad

- a.** 18-25
- b.** 26-35
- c.** 36-45
- d.** 46-55
- e.** Más de 55

2. Género

- a.** Masculino
- b.** Femenino

3. ¿Tienes pareja?

- a.** Si
- b.** No

4. ¿Cuántas personas conforman tu familia inmediata?

- a.** 1-2
- b.** 3-4
- c.** 5 o más

5. Nivel Educativo

- a. Secundaria
- b. Superior
- c. Postgrado

6. Con qué frecuencia organizas o asistes a eventos sociales?

- a. Menos de una vez al año
- b. Una vez al año
- c. Varias veces al año

7. ¿Qué tipo de eventos te gusta celebrar? (Selecciona todas las que apliquen)

- a. Bodas
- b. Cumpleaños
- c. Aniversarios
- d. Reuniones Familiares
- e. Eventos corporativos

8.Cuál es tu presupuesto aproximado para un evento?

- a. Menos de \$1 Millón
- b. \$1 Millón - \$2 Millones
- c. Más de \$2 Millones

9. ¿Qué aspectos valoras más a la hora de elegir un lugar para celebrar un evento?

Ordénalos por importancia

	Infaltable	Muy import...	Importante	No esta mal	Poco import...
Ambientación	☐	☐	☐	☐	☐
Ubicación	☐	☐	☐	☐	☐
Comida	☐	☐	☐	☐	☐
Precio	☐	☐	☐	☐	☐
Servicio	☐	☐	☐	☐	☐

10. ¿Qué tipo de cocina prefieres para tu evento? (Selecciona todas las que apliquen)

- a. Internacional
- b. Regional
- c. Contemporánea
- d. De autor

11. ¿Qué tipo de música te gustaría tener en tu evento?

- a. DJ
- b. Banda en vivo
- c. Música ambiental

12. ¿Qué tan importante es para ti que el lugar del evento sea personalizado?

- a. Muy importante
- b. Importante
- c. Poco importante
- d. Nada importante

13. ¿Qué otros servicios adicionales te gustaría que ofreciera un lugar para eventos?

(Selecciona todas las que apliquen)

- a.** Fotografía
- b.** Video
- c.** Decoración
- d.** Alquiler de equipo de sonido

14. Has celebrado algún evento en los últimos 2 años?

- a.** Si
- b.** No

15. Si tu respuesta fue sí, ¿Qué aspectos te gustaron más del evento? (Abierta)

16. ¿y qué aspectos mejorarías del evento? (Abierta)

17. ¿Te gusta nuestra propuesta?

- a.** Si
- b.** No

18. Si te gusta, ¿Qué es lo que más te llama la atención? (Abierta)

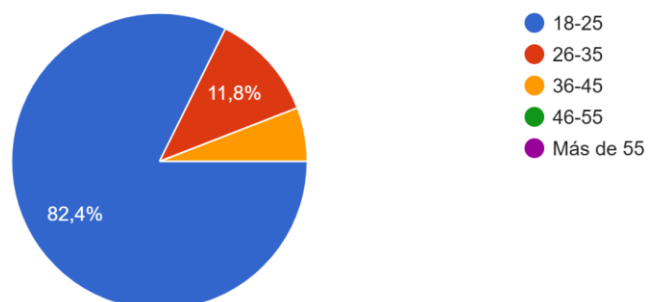
19. Si no te gusta, ¿Qué te no te llama la atención? y ¿Qué mejorarías? (Abierta)

Anexo 2

Respuestas encuesta investigación de mercado “Cantar de los Cantares”

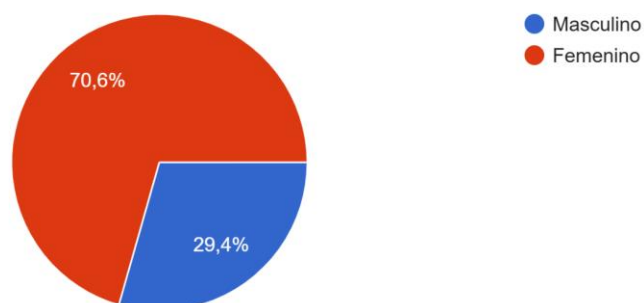
EDAD

17 respuestas



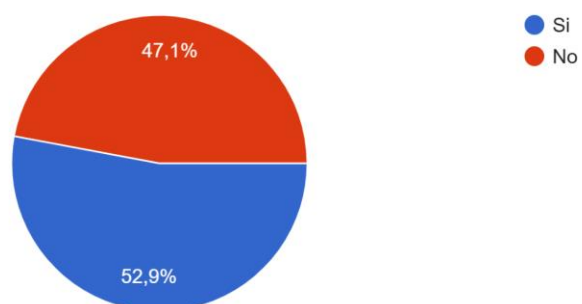
GENERO

17 respuestas



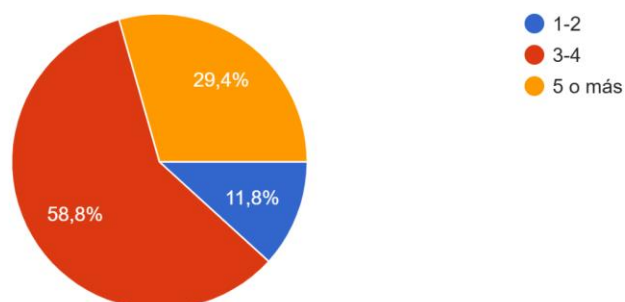
Tienes pareja?

17 respuestas



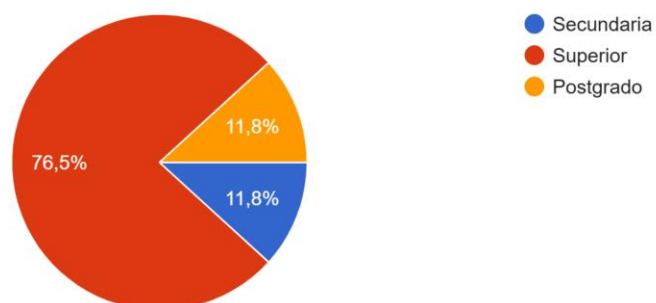
Cuántas personas conforman tu familia inmediata?

17 respuestas



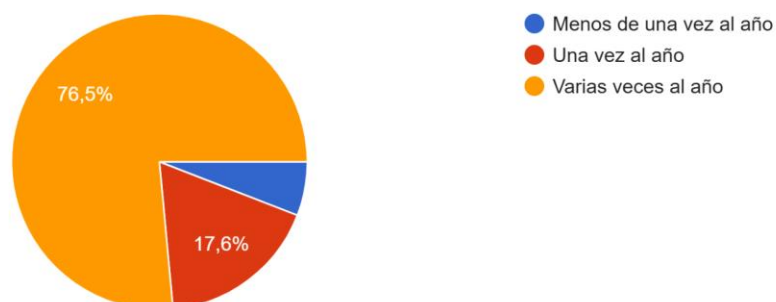
Nivel educativo

17 respuestas



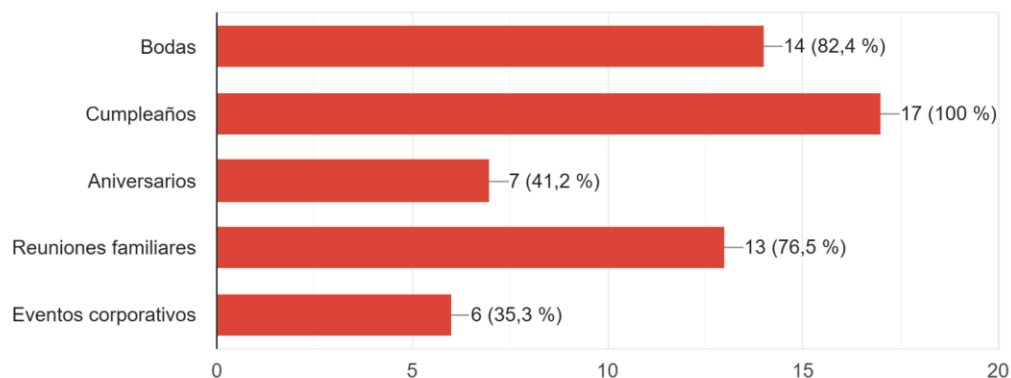
Con qué frecuencia organizas o asistes a eventos sociales?

17 respuestas



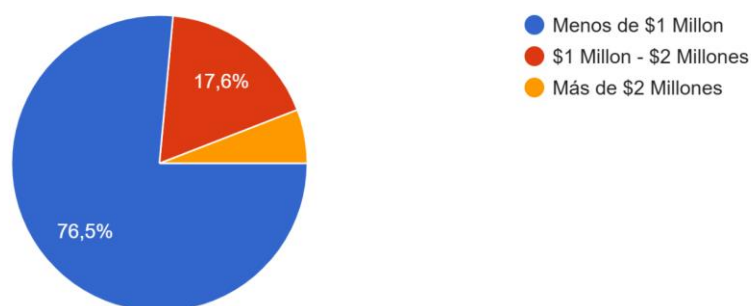
Qué tipo de eventos te gusta celebrar? (Selecciona todas las que apliquen)

17 respuestas



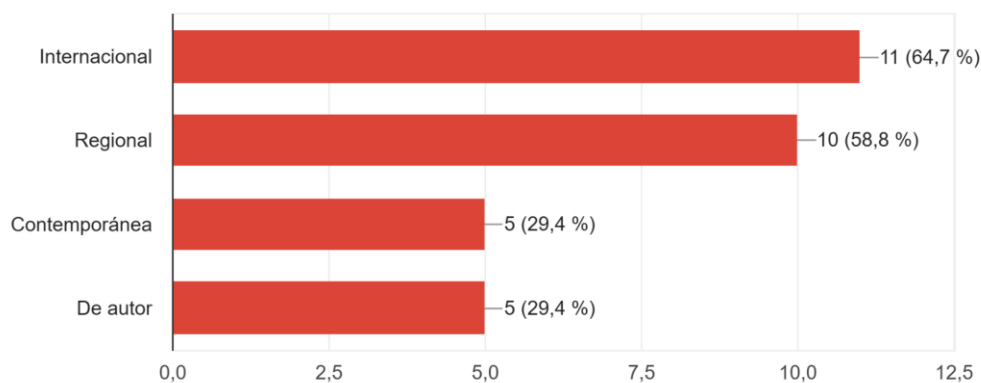
Cuál es tu presupuesto aproximado para un evento?

17 respuestas



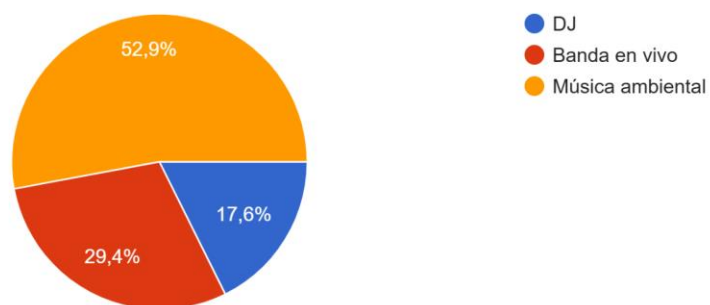
Qué tipo de cocina prefieres para tu evento? (Selecciona todas las que apliquen)

17 respuestas



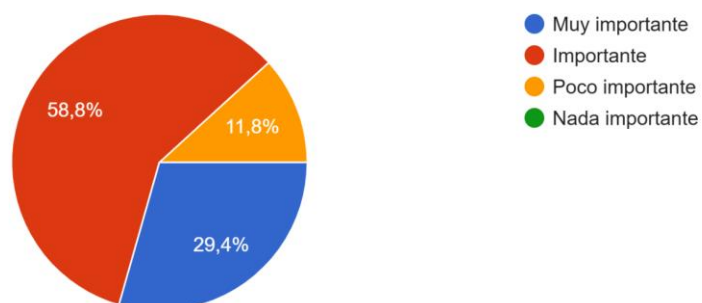
Qué tipo de música te gustaría tener en tu evento?

17 respuestas



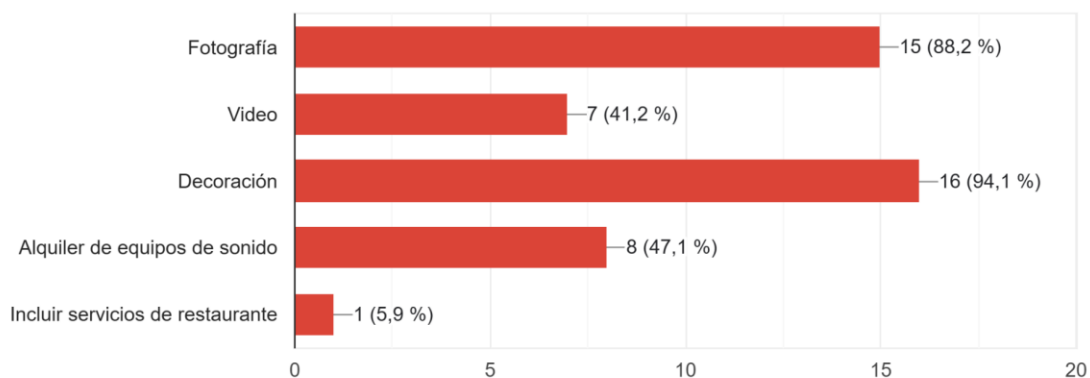
Qué tan importante es para ti que el lugar del evento sea personalizado?

17 respuestas



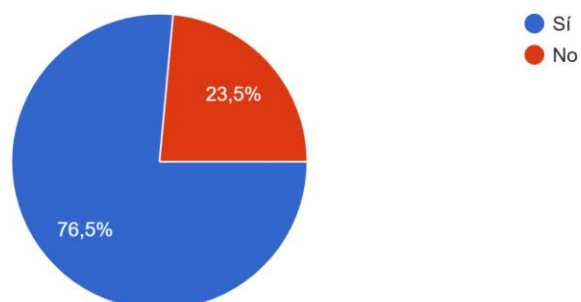
Qué otros servicios adicionales te gustaría que ofreciera un lugar para eventos? (Selecciona todas las que apliquen)

17 respuestas



Has celebrado algún evento en los últimos 2 años?

17 respuestas



Si tu respuesta fue sí, ¿Qué aspectos te gustaron más del evento?

12 respuestas

La decoración, el banquete y la música

La comida, la ambientación

La decoración y el servicio.

Decoración y comida

Ubicación, ambientación

Comida y organización

El ambiente y la ubicación

El ambiente del lugar, su ubicación y decoración.

La ubicación y la comida

¿y qué aspectos mejorarías del evento?

3 respuestas

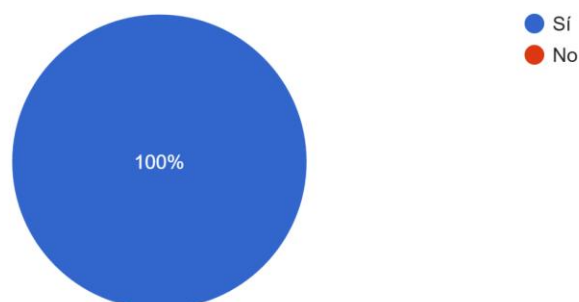
La atención

el tipo de personas que dejan entrar

Servicio, el lugar

Te gusta nuestra propuesta?

17 respuestas



Si te gusta, ¿Qué es lo que mas te llama la atención?

17 respuestas

- La forma la cual busca que el cliente esté cómodo y satisfecho
- que es cristiana
- Que quieran incluir aquellos detalles importantes que no incluyen otros lugares
- La idea de crear un restaurante con una vocación cristiana.
- Me gusta que pueda ser un espacio acorde a todo evento, integral y de precio Justo ✨
- Que piensan en los detalles como ambientación, música, etc
- Una propuesta innovadora, que facilita la organización y el tiempo de las personas
- Hacen falta lugares para realizar eventos y es una gran ventaja y una tranquilidad para el cliente saber que puede tenerlo todo en un sitio y no tiene que subcontratar.

Si no te gusta, ¿Qué te no te llama la atención? y ¿Qué mejorarías?

17 respuestas

Todo está perfecto

.

Me gusta la propuesta pero me gustaría saber en qué zona y la capacidad del lugar

Por ahora, nada.

Si me gusta

X

N/a

No conozco a fondo la propuesta pero sería bueno saber si hay algo diferente que pueda ofrecer frente a otros negocios similares

todo está bien