

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CONFORMAR UNA EMPRESA DEDICADA
A LA ELABORACIÓN DE ALIMENTOS SALUDABLE CON UN ENFOQUE
CETOGENICO EN OCAÑA, NORTE DE SANTANDER.**

LAURA CRISTINA RIZO LEÓN

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS (VUAD)

ESPECIALIZACION EN GESTION DEL DESARROLLO EMPRESARIAL

BOGOTÁ

2020

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CONFORMAR UNA EMPRESA DEDICADA
A LA ELABORACIÓN DE ALIMENTOS SALUDABLE CON UN ENFOQUE
CETOGENICO EN OCAÑA, NORTE DE SANTANDER.**

LAURA CRISTINA RIZO LEÓN

DOCENTE

CARLOS ANDRES RUBIO CARDENAS

PROYECTO DE GRADO

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS (VUAD)

ESPECIALIZACION EN GESTION DEL DESARROLLO EMPRESARIAL

BOGOTÁ

2020

Tabla de Contenido

Capítulo 1. Estudio de factibilidad para conformar una empresa dedicada a la elaboración de alimentos saludable con un enfoque cetogénico en Ocaña, Norte De Santander.	1
1.1 Selección del tema	1
1.2 Título.....	1
1.3. Introducción.....	1
1.4. Definición del problema.....	2
1.5 Objetivo general.....	7
1.6 Objetivos específicos	7
1.7 Justificación.....	8
1.8 Resumen	9
1.9 Plan de trabajo	10
Capítulo 2. Análisis del sector económico.....	12
Capítulo 3. Estudio de mercados.....	15
3.1. Investigación, desarrollo e innovación.....	15
3.2. Análisis del sector económico	19
3.3 Análisis del mercado.....	32
3.3.1 Descripción y análisis del producto	32
3.3.2 Análisis de la Demanda.....	35
3.3.3 Segmentación objetivo del proyecto	36

3.4 Análisis de la competencia	41
3.4.1 Análisis de los precios	42
3.5 Investigación de mercados	43
4. Estudio técnico / operacional	49
4.1. Ficha técnica	49
4.2 Análisis de procesos de producción.....	50
4.3 Plan de producción.....	91
4.4 Plan de Compras	94
4.5 Análisis de Costos.....	96
4.6 Análisis De La Infraestructura.....	101
5. Estudio organizacional y legal	106
5.1 Estructura organizacional.....	106
5.2 Análisis de cargos- manual de funciones	107
5.3 Costos administrativos	118
5.4 Tipo de sociedades.....	119
5.5 Permisos, tramites y licencias.....	125
5.6 Impuestos y tasas	126
6.1 Estrategias de mercadeo	127
6.2 Estrategia organizacional	138
6.3 Análisis de procesos organizacionales	144

7. Formulación y evaluación financiera.....	147
7.1 Estudio económico.....	147
7.2 Análisis CETOFOOD	148
Conclusiones	165
Referencias.....	167

Lista de tablas

Tabla 1. Análisis de la competencia	41
Tabla 2. Ficha técnica del producto.....	49
Tabla 3. Diagrama de flujo	50
Tabla 4. Ficha técnica del producto.....	51
Tabla 5. Plan de compras	94
Tabla 6. Insumos	95
Tabla 7. Análisis de costos “ensalada keto asiática”	96
Tabla 8. Análisis de costos “ Garam massala de pollo al horno”	98
Tabla 9. Análisis de costos “lassaña bossies”	99
Tabla 10. Análisis de costos “albóndigas suecas”	100
Tabla 11. Infraestructura.....	101
Tabla 12. Estufa Integral.....	102
Tabla 13. Horno Microondas	102
Tabla 14. Enfriador.....	103
Tabla 15. Extractor	103
Tabla 16. Gramera.....	103
Tabla 17. Caja registradora	103
Tabla 18. Mueble para computador.....	104
Tabla 19. Mesa	104
Tabla 20. Sartenes	104
Tabla 21. Set de ollas.....	104
Tabla 22. Set de cuchillos	105

Tabla 23. Set de utensilios de cocina.....	105
Tabla 24. Estantes para alimentos	105
Tabla 25. Uniformes	105
Tabla 26. Registro mercantil.....	120
Tabla 27. PRODUCTO- Estrategia N. 1.....	127
Tabla 28. PRODUCTO- Estrategia N. 2.....	128
Tabla 29. PRODUCTO- Estrategia N. 3.....	129
Tabla 30. PRECIO – Estrategia N. 1.....	130
Tabla 31. PRECIO – Estrategia N. 2.....	131
Tabla 32. PRECIO – Estrategia N. 3.....	132
Tabla 33. PROMOCIÓN – Estrategia N. 1.....	133
Tabla 34. PROMOCIÓN – Estrategia N. 2.....	134
Tabla 35. PROMOCIÓN – Estrategia N. 3.....	135
Tabla 36. PLAZA – Estrategia N.1	136
Tabla 37. PLAZA – Estrategia N.2	137
Tabla 38. PLAZA – Estrategia N.3	138
Tabla 39. Hoja de trabajo.....	141
Tabla 40. Matriz DOFA.....	142

Lista de Figuras

Figura 1. Árbol de problemas.....	6
Figura 2. Plan de trabajo	10
Figura 3. Producción industrial de alimentos y bebidas	12
Figura 4. Mercado Colombiano de alimentos.....	13
Figura 5. Módulo de económicas	22
Figura 6. Producto Interno Bruto	23
Figura 7. Participación de la Producción Anual Sector Alimentos y Bebidas en el PIB Nacional.....	24
Figura 8. Tasa de desempleo.....	25
Figura 9. Inflación	26
Figura 10. Muestreo para población infinita.....	44
Figura 11. Tabulación pregunta 1.....	45
Figura 12. Tabulación pregunta 2.....	45
Figura 13. Tabulación pregunta 3.....	46
Figura 14. Tabulación pregunta 4.....	46
Figura 15. Tabulación pregunta 5.....	47
Figura 16. Tabulación pregunta 6.....	47
Figura 17. Tabulación pregunta 7.....	48
Figura 18. Estructura Organizacional.....	106
Figura 19. Presupuesto de ingresos y costos consolidado para el 2020.	148
Figura 20. Presupuesto de ingresos y costos discriminado para el 2020.....	149
Figura 21. Tabla de amortización.....	150

Figura 22. Gastos para el 2020.....	151
Figura 23. Plan de compras para el 2020.....	152
Figura 24. Depreciación del 2020	153
Figura 25. Cantidad de platillos y ventas para el 2020.....	154
Figura 26. Proyección de la Cantidad de platillos y ventas.	155
Figura 27. Costos del platillo N°1 Ensalada de Keto Asiática	156
Figura 28. Costos del platillo N°2 Garam Masala de pollo al horno.....	157
Figura 29. Costos del platillo N°3.Lasaña BOSSIES	158
Figura 30. Costos del platillo N°4.Albomdigas Suecas	159
Figura 31. Costos de producción para el 2020.	160
Figura 32. Balance inicial para el 2020.	161
Figura 33. Balance de resultados para el 2020.....	162
Figura 34. Flujo de caja-	163
Figura 35. Estado de situación financiera.....	164

Capítulo 1. Estudio de factibilidad para conformar una empresa dedicada a la elaboración de alimentos saludable con un enfoque cetogénico en Ocaña, Norte De Santander.

1.1 Selección del tema

El enfoque que se tomó para el proyecto es el emprendimiento de alto impacto, viendo en esta la oportunidad de innovar y cubrir necesidades a los habitantes de la ciudad de Ocaña.

1.2 Título

Estudio de factibilidad para conformar una empresa dedicada a la elaboración de alimentos saludable con un enfoque cetogénico en Ocaña, Norte De Santander.

1.3. Introducción

La presente investigación se centra en la creación de una línea de alimentación saludable con un enfoque cetogénico, actualmente el factor alimenticio está asociado al desarrollo de innumerables enfermedades como lo son la diabetes, la obesidad, la osteoporosis, infartos, embolias, algunos tipos de cáncer y otras más que actualmente siguen siendo tratadas como enfermedades de salud pública.

De ahí parte la oportunidad de incursionar en el mercado con una opción de alimentación cetogénica, donde las personas puedan encontrar una manera de equilibrar poco a poco el metabolismo de su organismo, sincronizando exitosamente la combinación entre hidratos de carbono, proteínas, grasas, vitaminas, minerales y agua que son los principales componentes vitales que el cuerpo humano debe recibir para un funcionamiento adecuado. A esto se suma las nuevas tendencias de la época, donde el bienestar del ser se está convirtiendo en prioridad para

una sociedad con un dinamismo que parece ir en aumento cada vez más rápido y donde las costumbres orientales se han ido asentando, dándole cabida a nuevos pensamientos donde prima el control de la mente y la búsqueda de la tranquilidad, creándose más consciencia de lo importante que es la alimentación para el bienestar espiritual y físico.

Es por esto que se inicia este proyecto con el fin de encontrar viabilidad a esta idea y poder desarrollarla bajo los parámetros de investigación necesarios y encontrar su sostenibilidad en el mercado de alimentos.

Para esto se analizará tanto el entorno externo como el interno, para definir las condiciones en que se encuentra el proyecto inicialmente, la causa del problema, como se puede reprogramar, y que estrategias se pueden implementar a partir de los datos obtenidos de estos análisis.

1.4. Definición del problema

Los seres humanos al igual que el resto de los seres vivos, necesitan de una alimentación balanceada para el correcto funcionamiento de su organismo y gozar de una buena calidad de vida.

A lo largo de la historia se han descubierto todo tipo de enfermedades en los humanos, las más antiguas han sido de tipo viral, causadas por organismos y parásitos encontrados mayormente en los alimentos y que se desarrollaron con mucha facilidad debido a la densidad de la población, fueron causantes de muertes masivas, plagas que marcaron la historia de la humanidad, y que con el paso del tiempo se han podido controlar o han encontrado la cura definitiva para estas, sin embargo el factor alimentario está asociado al desarrollo de otro tipo de enfermedades como lo son la diabetes, la obesidad, la osteoporosis, infartos, embolias, algunos

tipos de cáncer y otras más que actualmente siguen siendo tratados como problemas de salud pública.

El metabolismo está diseñado para consumir grasas y carnes animales en un 90% pero es alarmante que se esté haciendo todo lo contrario, ingiriendo carbohidratos en mayores porcentajes, ocasionando así, todas las enfermedades anteriormente mencionadas (Jaramillo, 2018)

Desde los inicios de la historia los alimentos provenían de la caza, la pesca y la recolección, llevando un nivel de vida muy diferente al actual, donde la principal causa de muerte en aquella época eran las peleas por territorios o enfermedades virales, se documenta que las personas eran muy longevas, con cuerpos robustos y fuertes, esta condición cambió cuando comenzó la revolución industrial, trayendo consigo toda una gama de alimentos procesados (azúcares, aceites, sal, harinas) para conservarse por mucho más tiempo y de esa manera poder transportarlos a otros lugares lejanos. Teniendo en cuenta todos estos factores negativos que empezaron a verse reflejados en las enfermedades, se quiso reestructurar todo el plan alimenticio que las personas estaban llevando, así que empezaron a conocerse diversas variedades de estudios sobre los tipos de dietas empleadas para curar enfermedades, bajar de peso, lograr objetivos deportivos, en fin, una carta abierta para cada persona y su necesidad, pudiendo elegir con la ayuda de profesionales el tipo de dieta que mejor se adapte a su requerimiento; entre ellas apareció la dieta cetogénica, fue descubierta en 1921 por el endocrino Henry Rawle Geyelin y se centra en la ingesta de más alimentos ricos en grasas y proteínas, la restricción de azúcares con el objetivo de generar una situación de cetosis (exceso de cetonas en la sangre) similar al ayuno, se aplicaba como terapia para las personas que padecían epilepsia ya que a través de un proceso de ayuno y esta

alimentación donde primaba las grasas saludables, se comenzó a notar la mejoría en las aflicciones de los epilépticos (Nuño, 2020).

Es una opción muy diferente a cualquier tipo de dieta convencional, ha sido muy controversial porque sus estudios han probado mejoras en la salud, más que las dietas que la OMS (organización mundial de la salud) recomienda, esta dieta se ha popularizado tanto en los últimos años, que en 2018 fue la dieta más buscada a nivel global en el buscador Google (OMS, 2018).

Existe un documental llamado THE MAGIC PILL creado por un grupo de médicos, investigadores y científicos que fue lanzado por la plataforma de Netflix en el 2017, siendo esta la ventana al conocimiento de miles de personas que ven en esa dieta una salida a su sobrepeso y la cura de muchas enfermedades (Nuño, 2020).

Con la conciencia del problema de salud pública de enfermedades como la diabetes que especialmente tiene en jaque a todas las directivas de la salud en el mundo, es considerada como la epidemia del siglo XXI, según datos de la organización mundial de la salud (OMS) en el mundo alrededor de 382 millones de personas padecen de diabetes, y la más común, la tipo II, se prevé que para el año 2030 serán 560 millones de personas, en Colombia la padecen 4.5 millones de personas y se estima que 3 millones viven sin diagnóstico, 8 de cada 100 adultos la padece, y anualmente se reportan unas 5.650 muertes (OMS, 2016).

Norte de Santander esta entre los 5 departamentos con más pacientes diabéticos (periódico la Opinión, edición julio, 2016) y en nuestro círculo social muchos hemos sido testigos de que familiares y amigos han sido tocados por esta enfermedad, que posiblemente ha pasado por procesos dramáticos sometiéndose a tratamientos para la cura de estas aflicciones, a raíz de esto

surge la oportunidad de hacer un nuevo aporte a la ciudadanía ocañera de llevar un estilo de alimentación diferente que contribuya al mejoramiento de su calidad de vida,

Por lo tanto se hace un análisis al mercado, indagando con las personas del entorno más cercano, estudiando la competencia en el mercado se identificó la necesidad de consolidar el proyecto de una empresa que se interese por ofrecer bienestar, salud y tranquilidad, a través de alimentos con un balance ideal que aporte las calorías y demás nutriente que se necesitan para un correcto funcionamiento del organismo, adoptando el enfoque de la dieta cetogénica, para darla a conocer a aquellas personas que con la asesoría de un profesional estén dispuestas a llevar un nuevo estilo alimenticio, y poder acompañarlas en sus procesos de mejoría.

Árbol del problema

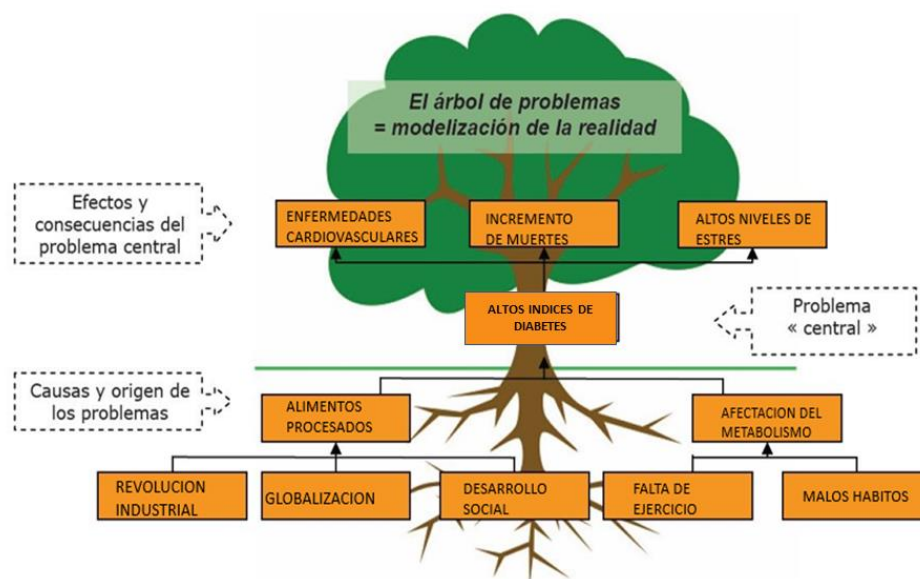


Figura 1. Árbol de problemas

Fuente: Autora 2020.

1.5 Objetivo general

Formular un plan de negocio de emprendimiento de alto impacto para la conformación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de alimentos saludables con un enfoque cetogénico en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

1.6 Objetivos específicos

Desarrollar una investigación de mercados que contenga estrategias y pronósticos para el mercado de alimentos en Ocaña.

Diseñar un plan técnico y operacional para determinar cómo se va a desempeñar la empresa en cada una de sus áreas para que a largo plazo sea una de las empresas líderes en la ciudad y el país.

Desarrollar la estructura administrativa y legal del proyecto, para alinear los pasos del proceso administrativo.

Realizar un análisis DOFA que defina toda la estructura de la empresa, para saber dónde estamos, que podemos mejorar y hacia donde nos proyectamos.

Realizar un estudio financiero que determine los recursos necesarios para la implementación del proyecto.

1.7 Justificación

La motivación principal para emprender el proyecto de la creación de una línea de alimentación alternativa con un enfoque cetogénico, se basó en la necesidad que se percibió en la población de la ciudad de Ocaña, siendo testigos del gran porcentaje de enfermedades derivadas de una inadecuada alimentación, a raíz de esta necesidad este proyecto se justifica desde el proceso que comienza inicialmente en brindar el conocimiento necesario para crear conciencia del daño y las enfermedades futuras que se está causando al organismo y al de su familia con el manejo desbalanceado de la alimentación.

Esta propuesta se hace con el fin de ayudar a las personas a regular su alimentación, creando consciencia de que “eres lo que comes” si te alimentas bien, te ejercitas con regularidad, gozas de una excelente calidad de vida, tu rendimiento laboral y académico será más efectivo, tu energía se mantiene activa, siendo más productivo para cualquier reto que enfrentes.

A través del presente proyecto se busca conectar a las personas con un estilo de vida más sano, que proyecten bienestar y autocuidado, alimentar pensamientos positivos que lleven a mantener su energía en un alto nivel, mejorando el estado de ánimo, el buen humor, reduciendo las probabilidades de adquirir enfermedades coronarias y cardiovasculares, contribuyendo a la disminución de la cifra de muertes por enfermedades cardiovasculares que en la actualidad supera los 10 millones de personas, una cifra bastante alarmante para una sociedad que tiene a su alcance la solución a esta problemática que aqueja a millones de personas, es por eso que aquí radica la importancia de transmitir un mensaje diferente, motivador e inspirador para llevarlo a las personas que aún no han despertado su conciencia a una realidad latente, que requiere urgentemente entrar en un proceso de pequeños cambios para ir fortaleciéndose física, emocional y mentalmente, y se convierta en una buena costumbre para una sociedad poco disciplinada y

facilista, que no han sabido aprovechar las herramientas de la era tecnológica de su generación en pro de su propio bienestar de salud, si no que por el contrario, se ha convertido en una fuente de facilismo que nos aleja cada día al objetivo común, nuestro propio bienestar.

1.8 Resumen

Con este proyecto se busca verificar la viabilidad de la creación de una línea de alimentación saludable orientado a un enfoque cetogénico, que cubra las necesidades de la población en general del municipio de Ocaña, para eso según la estructura planteada inicialmente se definió la problemática actual de las problemas de salud en el Colombia y la región, las costumbres alimenticias y se justificó el problema, dando a conocer la oportunidad de mejora que existe y de incursión en un mercado virgen para este tipo de productos que busca despertar la conciencia en la sociedad de que su mayor riqueza es la salud, se planteó un objetivo general y unos objetivos específicos que se desarrollaran con cada análisis, se realizó un estudio de mercados donde se pudo identificar el mercado objetivo, la competencia y el campo de acción que tienen en el mercado, para de esta manera organizar estrategias de introducción al sector, teniendo definido esto se procede a realizar un plan técnico y operacional en el que se estructurará todos los procesos necesarios para la elaboración del producto final, los costos de producción del producto y definirá su valor real, ya teniendo definido esto, se pasa a estructurar el proceso administrativo y legal del proyecto, para posteriormente realizar el estudio financiero e identificar los valores necesarios para dar inicio al plan de negocio.

1.9 Plan de trabajo

Planificador de proyectos

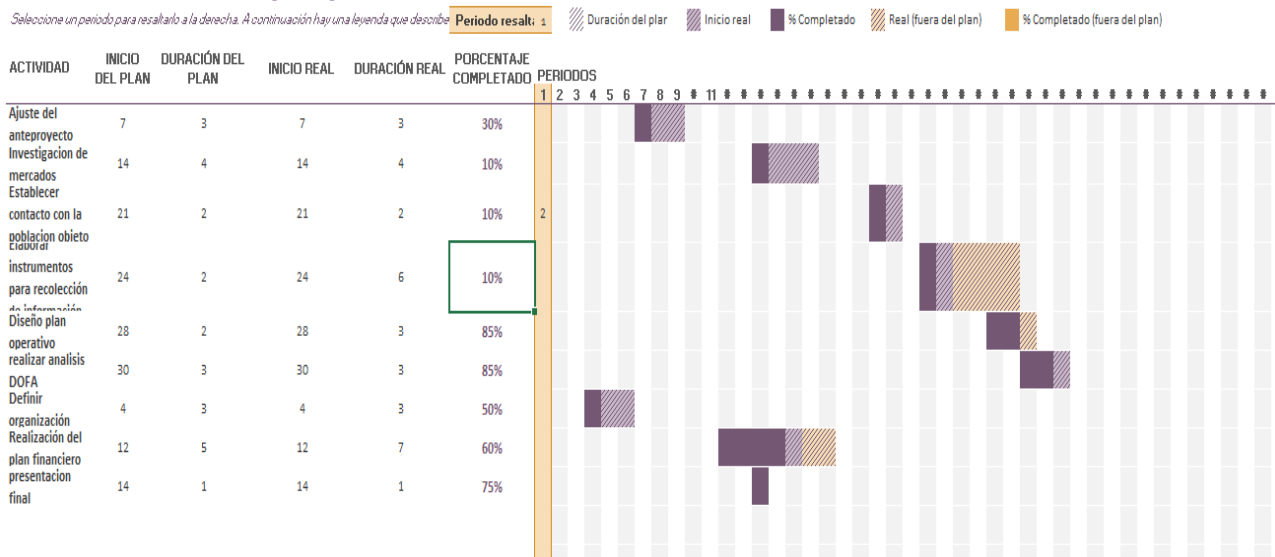


Figura 2. Plan de trabajo

Fuente: Autora 2020.

Actividad 1: se estructura el anteproyecto para presentar la idea de negocio, el problema y las necesidades que se identificaron para posteriormente comenzar con los análisis y estrategias de mercado.

Actividad 2: se procede a realizar el análisis de mercados, donde se identifica el mercado objetivo, la competencia, la estructura del sector.

Actividad 3: contacto con la población para indagar sobre necesidades existente y oportunidades de mejora.

Actividad 4: instrumento de recolección, se utilizará la encuesta como medio de recolección de información y poder sacar conclusiones sobre los deseos e intereses del mercado objetivo.

Actividad 5: diseño de plan operativo – técnico, donde se estructurarán los procesos de producción y los costos del producto final.

Actividad 6: realizar matriz DOFA, para diagnosticar los factores internos y externos de la empresa y poder comenzar la construcción de estrategias competitivas.

Actividad 7: realización del plan financiero, para definir costo de emprendimiento del plan de negocio.

Actividad 8: entrega final del proyecto.

Capítulo 2. Análisis del sector económico

En este espacio se analizará el sector económico de la investigación, dado que es una empresa productora y comercializadora de alimentos, se clasifica en el sector secundario de talla mundial AGROINDUSTRIA ya que transforma materias primas en productos terminados o semi elaborados.

En efecto, según los más recientes datos de la Encuesta Mensual Manufacturera, el sector de alimentos-bebidas viene repuntando a ritmos de 2,9% real anual en el acumulado doce meses a octubre de 2018 (vs. 0,3% real anual un año atrás), superando 2,5% promedio de la industria.



Figura 3. Producción industrial de alimentos y bebidas

Fuente: DANE, 2020.

A dichos factores coyunturales, se suman mejoras estructurales en la optimización de la cadena logística del sector, la ampliación-desarrollo del portafolio de productos (principalmente en líneas saludables) y la apertura de nuevos mercados internacionales (Clavijo, 2019).

Otro estudio que realizó Euromonitor internacional para el año 2017 observa que el mercado colombiano de alimentos es de COP 34 billones, de los cuales COP 6,5 billones (19%) corresponden a alimentos para la salud y el bienestar. En los últimos cinco años, esta categoría ha registrado un crecimiento anual promedio de 12 % (Castrillon, 2018).

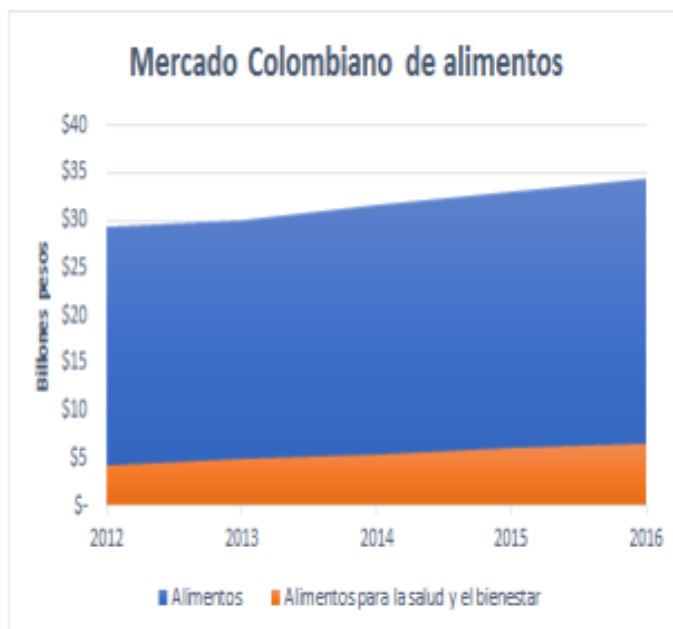


Figura 4. Mercado Colombiano de alimentos

Fuente: Euromonitor International (2017).

Este crecimiento supone múltiples retos, principalmente para los países con tradición en el uso de alimentos y para aquellos con una vasta biodiversidad por aprovechar, como es el caso de Colombia. En este punto, la biotecnología emerge como una excelente alternativa para apoyar la generación de valor agregado de los alimentos y su orientación a proclamas de la salud,

satisfaciendo las necesidades del consumidor que demanda productos más saludables para una mejor calidad de vida.

Es este estudio se percibe aumento en el consumo del sector y se puede notar su incremento adicional por encima de otros sectores para los mismos años, esto deja ver que el consumo del sector está en crecimiento, y especialmente las líneas saludables tanto de alimentos y bebidas van en aumento, aquí se ve la oportunidad para unirse al mercado llevando una estrategia competitiva que permita el crecimiento y la sostenibilidad dentro del medio

Capítulo 3. Estudio de mercados

3.1. Investigación, desarrollo e innovación

La transformación de una idea en un producto o servicio nuevo o mejorado, es un proceso operativo en la industria del comercio y es una nueva metodología para la organización social.

Hoy en día somos partícipes de nuevas creaciones de servicios innovadores que deslumbran nuestras expectativas y que poco a poco nos vuelven más exigentes, , que en esta época se ha convertido en una tendencia, equilibrar nuestra alimentación nos hace sentir mejores seres en la teoría de cuidar nuestro cuerpo que es nuestro templo, y en vista de que ha surgido toda una generación de personas con más conciencia sobre lo que come, ya sabe que lo que llevan a su boca no es comida, es información, es por esto que vimos la oportunidad de innovar en el campo de alimentos saludables, para brindarle a los clientes la oportunidad de equilibrar su metabolismo al mismo tiempo que previenen y curan enfermedades.

La dieta cetogénica ha tomado gran auge en los últimos años, debido a estudios recientes donde demuestran que las grasas no son malas como se pensaba, y que por el contrario pueden ser la solución a muchas enfermedades cardiovasculares que aquejan a nuestra sociedad actual.

Es por esto que se vio la oportunidad de llevar a las personas de la comunidad este estilo de alimentación saludable con un enfoque cetogénico, para que tengan la oportunidad de tener una experiencia de reconciliación con su organismo y puedan aliviar las llamadas enfermedades del siglo XXI.

La alimentación que se ofrecerá está basada en un alto porcentaje de vegetales y grasas buenas, lo que haremos será mezclar con sutileza y conocimiento las grasas, vegetales, proteínas

y carbohidratos de tal manera que el resultado final del plato sea el balance adecuado que necesita el organismo en la dosis precisa, que será el diferencial del producto, un plato delicioso al paladar y que al mismo tiempo este aportando los macronutrientes necesarios para el correcto funcionamiento del organismo.

En conjunto con esto, se apoyará con una guía de acompañamiento continuo sobre información de este estilo de alimentación y los múltiples beneficios que representan para la salud, tips de alimentación, y recetas fáciles para preparar en casa.

Diseño metodológico

El diseño metodológico del proyecto estará conformado por dos tipos de investigación, la documental que será útil al momento de tomar teorías o estudios ya realizados que sean fuentes de información sobre el proyecto y descriptivo porque se identificarán las características, propiedades y dimensiones del tema en estudio para hacer una descripción de la necesidad vigente.

Método:

El método que se utilizará será deductivo, inductivo, cualitativo y cuantitativo

Método deductivo: es una estrategia de razonamiento empleada para deducir conclusiones lógicas a partir de una serie de premisas o principios.

En este sentido, es un proceso de pensamiento que va de lo general (leyes o principios) a lo particular (fenómenos o hechos concretos)” (Significados, 2020).

Método inductivo: es una estrategia de razonamiento que se basa en la inducción, para ello, procede a partir de premisas particulares para generar conclusiones generales (Significados, 2020).

Método cualitativo: Se trata de métodos de base lingüístico-semiótica. Emplean técnicas distintas a la encuesta y al experimento, tales como entrevistas abiertas, grupos de discusión, o técnicas de observación participante (Significados, 2020).

Todo método cualitativo aspira a recoger los discursos completos sobre un tema específico, para luego proceder a su interpretación, enfocándose así en los aspectos culturales e ideológicos del resultado, en lugar de los numéricos o proporcionales.

Método cuantitativo: A diferencia del método cualitativo, centrado en la interpretación y los resultados descriptivos, el método cuantitativo asigna valores numéricos a los elementos del fenómeno estudiado, para así aplicar técnicas estadísticas o formales al resultado. De esta manera, obtiene conclusiones cuantificables, o sea, expresadas en términos matemáticos (Significados, 2020)

Se considera el tipo contrario de investigación de la cualitativa: la cuantitativa se centra en las cantidades, mientras que la cualitativa se centra en las cualidades, por así decirlo.

Estos métodos ayudaran a recolectar la información suficiente y necesaria para determinar la viabilidad de las estrategias de creación y funcionamiento del negocio, cada método aporta ayuda a recolectar esta información, y dando una visión general del mercado objetivo y las fronteras que deberíamos tener o las expansiones que se podrían llevar al acabo en el inicio o después de a creación del negocio.

Fuentes y técnicas de investigación:

Primarias: personas, hechos: fuentes primarias como son personas especialistas en temas de salud, deporte, y bienestar físico, estudios hechos sobre dietas, sobrepeso, etc.

Secundarias: se apoyará la investigación en estadísticas, libros sobre alimentación saludable, estudios científicos, artículos en internet, videos, y demás material que se encuentre para realizar la investigación.

3.2. Análisis del sector económico

Para el análisis externo de la investigación se utilizará un instrumento de planificación estratégica la matriz de PESTEL, la cual nos permitirá identificar oportunidades y amenazas y tener más claro los conceptos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales del macroentorno.

Político:

“El Gobierno Nacional a través de diferentes entidades y ministerios ofrece a las micro, pequeñas y medianas empresas acceso a programas de capacitación, asesoría y relacionamiento comercial que les permitan detonar su crecimiento y mejorar su productividad.” (Grupo Bancolombia, 2019).

Las Pymes en Colombia además de los aspectos económicos enfrentan otro tipo de retos, uno de estos aspectos es enfrentar el ambiente empresarial ya que su formalización y constitución legal nunca comienza con los requerimientos necesarios.

Allí es donde el gobierno nacional reconoce que la asistencia técnica necesaria para la formalización de empresa debe venir de su responsabilidad, promover las sociedades, incentivar el crecimiento sostenible para que no muera en la etapa de introducción de la empresa (Grupo Bancolombia, 2019).

Las iniciativas gubernamentales a favor de las empresas, actualmente en Colombia existen 11 fondos de emprendimiento con capital que supera los US\$79,6 millones que estimula la creación de empresas en Colombia (Grupo Bancolombia, 2019).

Económico

Históricamente el Municipio ha sustentado su economía en el comercio de productos agrícolas producidos en el Municipio y en los otros Municipios de la provincia de Ocaña, estos productos son consumidos localmente y comercializados en la Costa Atlántica y en el sur de Bolívar, también se comercializan todo tipo de bienes de consumo y de servicios, otro renglón de la economía es el turismo, especialmente el religioso y en menor escala el ecoturismo (Alcaldía de Ocaña, 2019).

Social

El ámbito social es analizado a través de lo que comúnmente se ve en el municipio, se conoce a través de la encuesta que la mayoría de los encuestados sale comúnmente a comer fuera de casa, por varias razones, la seguridad del municipio es un factor importante a la hora de enviar el producto a domicilio, en varios momentos de la historia los comerciantes de todo tipo de sectores económicos se ven afectados por los grupos ilegales de la zona, el modelo de negocio expuesto puede tener ventaja a la hora que estas situaciones se repitan ya que no se atenderá al público en un establecimiento tradicional, si no que llegara a su casa directamente o su oficina o donde lo desee en cliente dentro de la zona urbana de Ocaña.

Tecnológico

La tecnología es importante para la expansión y crecimiento del negocio ya que es la base de los medios utilizados para la publicidad y es la base de los receptores que son los posibles clientes que utilizan los medios tecnológicos para la elección de sus restaurantes y negocios

favoritos en general donde adquirir sus bienes. A medida que la tecnología avanza los modelos de entrega también y los modelos de producción también.

Ecológico

El ambiente es un tema que hoy mueve muchos sectores de la comunidad los cuales se ven identificados a la hora de defender el medio ambiente, y han evolucionado a la hora de elegir los productos con los que trabajan y los que ofrecen al cliente, como puede ser las materias primas, cada vez más orgánicas en los restaurantes, y los envases a utilizar que sean preferiblemente de cartón, como lo es en este modelo de negocio.

Legal

La parte legal es de suma importancia para poder prestar unos servicios adecuados y no tener problemas de cierre parciales o cierres totales de los negocios recién inaugurados, se conocen ejemplos de personas que abren sus negocios sin el total de los permisos para ejercer debidamente en su sector económico y las multas y los cierres parciales terminan siendo un costo que no se previó por no tener todos los documentos al día.

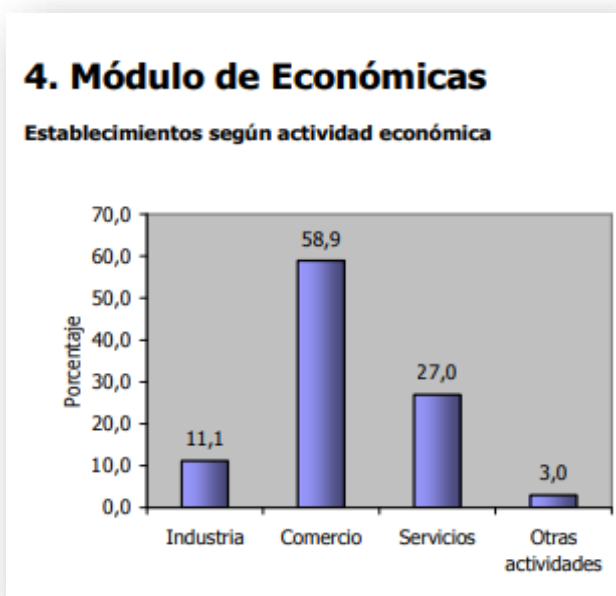


Figura 5. Módulo de económicas

Fuente: DANE

En efecto, según los más recientes datos de la Encuesta Mensual Manufacturera, el sector de alimentos-bebidas en Colombia viene repuntando a ritmos de 2,9% real anual en el acumulado doce meses a octubre de 2018 (vs. 0,3% real anual un año atrás), superando 2,5% promedio de la industria. (Clavijo, 2019).

Según este análisis el sector de alimentos y bebidas en Colombia apunta al crecimiento, por lo tanto, es buen indicador para la idea de negocio que se quiere incluir al mercado actual, teniendo como punto de referencia que el comercio es la mayor fuente de la economía ocañera.

Producto interno bruto: El (PIB) es un indicador económico que refleja la producción de bienes y servicios finales que puede llegar a producir una economía en su territorio nacional y en un periodo determinado (Sevilla, 2012).

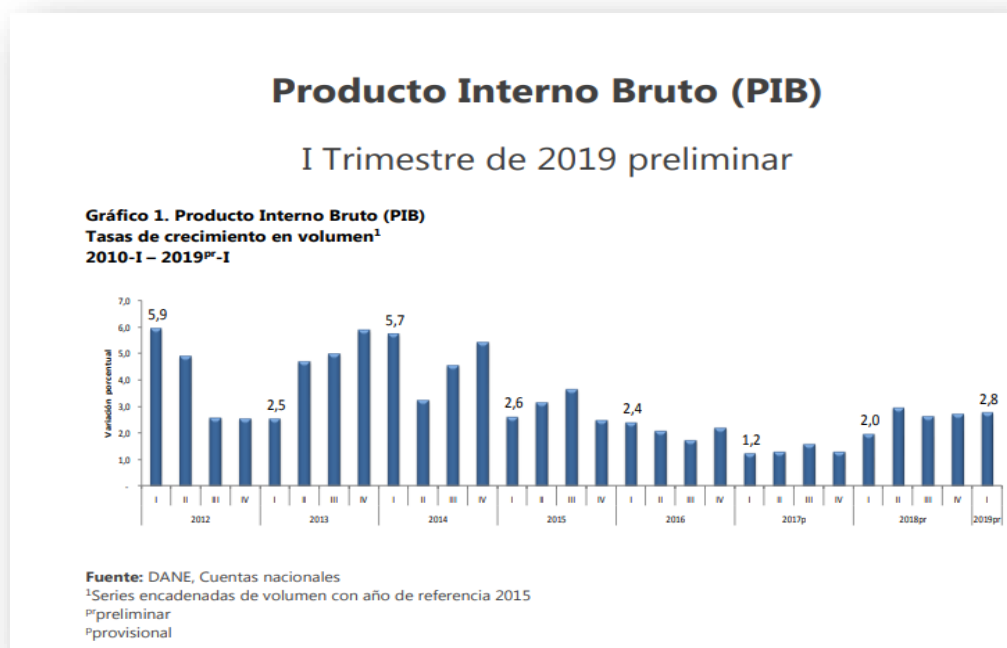


Figura 6. Producto Interno Bruto

Fuente: (DANE, 2019)

En esta tabla del DANE, se ve el histórico del PIB del país hasta el primer trimestre del 2019, donde su análisis arroja que el comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida crece 4,0%.. Elaboración de productos alimenticios; elaboración de bebidas; elaboración de productos de tabaco crece 3,0%, específicamente en sector de alimentos y bebidas a fecha del 2016 creció un 12% siendo uno de los sectores más relevantes en la economía (DANE, 2019)

Este indicador nos permite conocer el crecimiento de la economía actual, y como ha sido sostenible a través de los últimos años, estimulando la creación de empresa en un sector cada vez más competitivo (DANE, 2019)

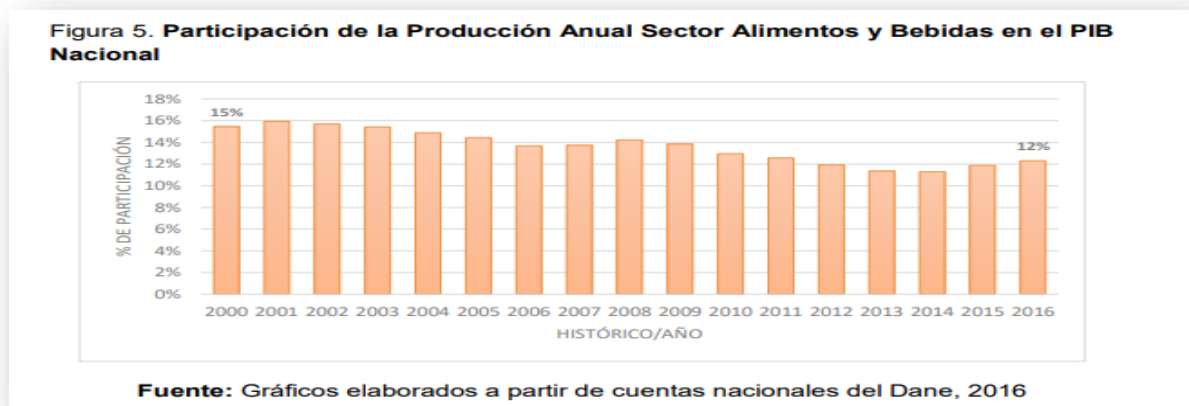


Figura 7. Participación de la Producción Anual Sector Alimentos y Bebidas en el PIB Nacional

Fuente: (DANE, 2016)

Con esta información se puede deducir que el sector de alimentos ha estado en constante crecimiento en los últimos años, lo que nos permite prever que con una buena estrategia de mercado se podrá incursionar en el mercado, dando viabilidad al proyecto en cuanto a este aspecto (DANE, 2019).

- **Tasa de desempleo:**

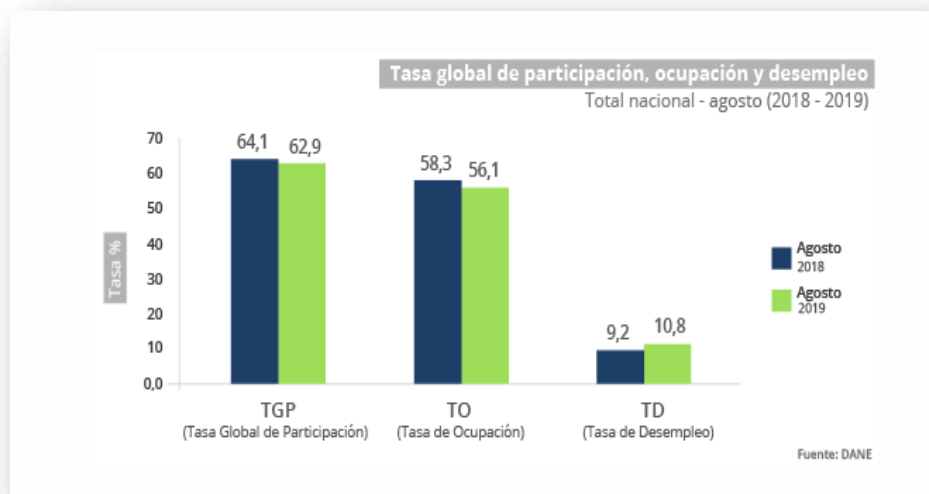


Figura 8. Tasa de desempleo

Fuente: (DANE,2018)

Para el mes de agosto de 2019, la tasa de desempleo fue 10,8%, lo que representó un aumento de 1,6 puntos porcentuales en comparación con agosto de 2018 (9,2%). La tasa global de participación se ubicó en 62,9%, lo que significó una reducción de 1,2 puntos porcentuales frente al mismo mes del año anterior (64,1%). Finalmente, la tasa de ocupación fue 56,1%, lo que representó una disminución de 2,2 puntos porcentuales al compararlo con agosto de 2018 (58,3%) (DANE, 2017).

A nivel departamental Según el informe, la tasa de desempleo departamental fue de 13,4 %, superior al 12,4 % de 2017. Sin embargo, está por debajo del 15,6 % de 2003, el índice más alto en 15 años (DANE, 2017)

El dato del Dane revela que hay 85.000 desocupados, 5.000 más que en 2017.

Una de las principales causas que se le atribuye a este crecimiento en la tasa de desempleo es la crisis política y económica que vive desde hace varios años el vecino país de Venezuela, esto reporta negativamente nuestro análisis ya que al haber más personas desempleadas su poder adquisitivo disminuye y serían menos personas que pueden tener acceso a los productos (DANE, 2017)

A esta situación actual de incremento de la tasa de desempleo, se puede tomar como una oportunidad al momento de crear empresa, ya que es viable contar con mano de obra calificada a un menor precio, lo que es beneficioso para un proyecto que apenas se está poniendo en marcha (DANE, 2017)

- **Inflación:**



Figura 9. Inflación

Fuente: (DANE, 2020)

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane) reportó que durante 2019 el Índice de Precios del Consumidor (IPC), entendido como la inflación o costo de vida de los colombianos, aumentó a 3,80%, frente a 3,18% que registró en 2019 (La República, 2020).

Solamente en diciembre, este índice fue de 0,26%, menor al 0,30% que se obtuvo en el último mes de 2018. El comportamiento se explica principalmente por el aumento de los precios de los alimentos y bebidas no alcohólicas, la educación y el alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles, según (DANE) (La República, 2020).

A pesar de que la inflación es un índice no favorable para la industria, el 3.80% del último año, está entre los más bajos de la última década, lo que dentro del contexto económico se puede notar una estabilidad en la economía colombiana (La República, 2020)

TRM:

La actual situación que se está viviendo con el alto precio del dólar, ha sido un factor determinante para la economía colombiana, marcando limitantes para gran parte de los empresarios del país que han podido ver afectados sus balances debido a esto.

Tiene alta incidencia en el sector de alimentos y específicamente para la empresa Cetofood ya que el tipo de productos que se manejan para la producción de alimentos son carnes, verduras y frutas, aceites, que en la producción de dichos productos se requieren de insumos químicos y agrícolas que mayormente sus componentes son importados, por lo tanto la tasa de cambio actual es un punto negativo, teniendo en cuenta que afectaran el precio de esos mismos insumos, encareciendo el precio del producto final, el cual tendríamos que comprar a un mayor valor al que normalmente se compra.

Tasa de interés:

Actualmente el banco de la republica decidió mantener la tasa de interés al 4.25%, sustentada por el crecimiento de la inflación, por lo tanto, no es un buen momento para solicitar financiamiento por parte de entidades privadas, por el contrario sería la oportunidad para participar en fondos de emprendimiento que ofrece el gobierno nacional, o buscar otras alternativas de financiación como los son los socios estratégicos, con los cuales podemos apalancar la idea de negocio.

Demografía: describe las características de la población en un sitio específico: su edad, las tasas de natalidad y mortalidad, los movimientos migratorios, los grupos étnicos, las razas, entre otros.

La idea de negocio está enfocada a la población de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, que según el DANE al 31 de Diciembre del 2015 debe tener 98,229 habitantes, 88.908 en la cabecera Municipal y 9.321 en la zona rural, de los cuales 49.843 son hombres y 48.386 son mujeres, de esta población se enfoca la estrategia de mercado a la población urbana, conformada por 27.085 unidades familiares ocañeras, familias que son mercado apto para la comercialización de los productos alimenticios (DANE, 2015)

Otro aspecto a tener en cuenta y que también es positivo para este negocio es la creciente preocupación por comer saludable y cuidar el cuerpo. Pero pocos son los que pueden dedicar el tiempo suficiente para ir a comprar productos frescos y de calidad y cocinarlos de forma idónea para seguir un ritmo saludable. Con este proyecto se soluciona esta antítesis (Autora, 2020)

Tecnológico

Una de las claves para ser más competitivo en los negocios es el uso de la tecnología avanzada. Ha habido una gran revolución en los mercados tras los grandes avances en las tecnologías de la información. La aparición de internet y con ella la del comercio electrónico y la comunicación online, ha supuesto muchas ventajas y facilidades para los empresarios. Por tanto, es muy interesante para la empresa el incorporarse al cambio tecnológico ya que así incrementará su eficacia y eficiencia, marcará la diferencia con la competencia y ofrecerá mayor calidad en su producto o servicio y así aumentará sus beneficios.

Para el proyecto se hará uso de herramientas tecnológicas muy importante en esta era digital, el apalancamiento publicitario a través de redes sociales, whatsapp empresarial, marketing digital, una página web con toda la información de los productos que ofrece la empresa, dicha plataforma tendrá toda la capacidad de poder diseñar el menú, de acuerdo a los gustos y preferencias de cada cliente, de igual forma para recibir pedidos, pagos on line, solicitudes, sugerencias, etc.

Ecológico- ambiental

Los negocios de preparación de alimentos generan residuos derivados del consumo de materias primas, agua y energía. No obstante, la normativa relacionada con este aspecto es mucho más laxa que la conciencia social manifiesta actualmente (Cartagena Benítez, 2013)

Existen medios para encauzar cualquiera de estos desechos para que su tratamiento sea respetuoso con el medio ambiente y, no existiendo obligación formal, si existe obligación moral, siendo actualmente inviable un negocio que disfrute de buena percepción por parte del público y

que no ponga todas las medidas a su alcance para optimizar la gestión de los residuos. Además, los costes asociados a el reciclaje son extremadamente reducidos por lo que es muy aconsejable llevarlo a cabo (Cartagena Benítez, 2013).

En cuanto al consumo de energía se debe optimizar y, si se piensa bien, además de ser una responsabilidad social inherente a la continuidad de cualquier organización, supone un ahorro económico, la mayoría de veces, muy significativo (Cartagena Benítez, 2013)

El consumo de recursos es un coste y evitar su malgasto, beneficia tanto al medio ambiente como a la propia organización. También cabe destacar que dicho proveedor cultiva las frutas y verduras de forma ecológica por lo que los productos que se van a adquirir están libres de pesticidas y abonos artificiales con lo que también se contribuye de forma positiva al medio ambiente (Cartagena Benítez, 2013).

Legal

En cuanto a la constitución de empresas en Colombia existen las siguientes leyes

Constitución política de Colombia

Principalmente, su artículo 38 sobre Libertad de Asociación, artículos 333 sobre Libertad Económica y 158 sobre Unidad de Materia. Guía

• Ley 344 de 1996

Normas correspondientes a la creación de empresas. En el artículo 16 trata sobre el acceso a los recursos para proyectos de incubadoras asociadas al Sena.

- **Ley 550 de 1999**

Establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas, lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley.

- **Ley 905 De 2004**

Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.

- **Ley 1014 De 2006**

Por la cual se dictan normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia. CORTE CONSTITUCIONAL DE COLOMBIA

(FOMAN): Las normas y ordenamientos jurídicos que tiene el país como requisitos para la elaboración y comercialización de alimentos está sustentada de manera clara en los siguientes bloques:

Registro sanitario y BPM: Resolución 2674 de 2013

Carnes comestibles y derivados: Decreto 1500 de 2007

Agua potable: Resolución 2115 de 2007

Clasificación de alimentos: Resolución 719 de 2015

Cumpliendo a cabalidad estas normas, se podrá trabajar bajo los ordenamientos correspondientes de ley, para fortalecer las alianzas estratégicas, la credibilidad de los clientes, financiación económica, y evitar sanciones económicas por evasiones, todo con el fin de aportar y brindar el mejor servicio.

3.3 Análisis del mercado

3.3.1 Descripción y análisis del producto

El producto está clasificado como un bien de consumo, es una línea de alimentación con un enfoque cetogénico, contará con un balance particular, para poder brindar al cliente lo que se requiere según su necesidad, serán platos cetogénico con presentaciones impecables, utilizando los mejores ingredientes, frescos, del campo a la mesa en el menor tiempo posible, garantizando la calidad de los materiales, debidamente cocinados para no perder el punto exacto de cocción que debe tener los vegetales, la cantidad ideal de grasas saludables que debe contener y darle el balance deseado.

Para esto se contará una carta donde se tendrá la oportunidad de escoger diferentes menús según lo deseado, inicialmente se presentará un menú de 4 platos, y adicionalmente se tendrá disponible, pastelería, y snacks de la misma línea keto.

Se ha diseñado un plan de alimentación para aquellas personas que padecen diabetes tipo 2, el cual consiste comprar el paquete mensual de todas las comidas diarias, a un mejor precio, y durante ese mes hacer seguimiento continuo a la alimentación del cliente, garantizando de esa forma el aporte real a la mejoría de sus condiciones de salud.

CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

Las cuatro etapas de ciclo de vida son: Introducción, Crecimiento, Madurez y Declive.

La idea de emprendimiento de Cetofood, se encuentra en etapa de introducción ya que es un producto nuevo y apenas se lanzará al mercado.

INTRODUCCIÓN: en la introducción del producto al mercado, se manejarán las siguientes estrategias

En este periodo del ciclo de vida de nuestro negocio las ventas registraran un crecimiento lento mientras el producto se introduce y se da a conocer en el mercado y por lo tanto puede no haber utilidades debido al poco conocimiento del Restaurante. Esta etapa es la que representa mayor riesgo y en donde se tendrá que invertir dinero y esfuerzos para lograr la aceptación por parte de los consumidores potenciales

Estableciendo la marca y asegurando al mercado la calidad del nuevo producto.

Como se cuenta con poca o casi nula competencia en la ciudad, el precio puede ser medio- alto, inicialmente para recuperar los costos de desarrollo.

Ya teniendo establecido el modelo de distribución para llevar el producto al mercado.

Promoción del producto aspirando al público específico con las estrategias de publicidad ya establecidas

CRECIMIENTO: en esta etapa, se registrará una aceptación más rápida en el mercado y las utilidades aumentaran de la misma manera.

Manteniendo la calidad de los productos y añadiendo cualquier servicio extra o apoyo que se vuelva obvio durante la etapa de introducción.

Conservando el precio en un buen nivel para mantener el crecimiento de ventas.

Incrementando la distribución y suministrando nuevas y más rápidas maneras de llevar el producto a más clientes

Campañas de marketing dirigidas a un público más amplio y una cuota de mercado creciente para el producto.

MADUREZ: se produce cuando el producto ha alcanzado la cima en cuanto a cuota de mercado. Esta etapa, la tercera del ciclo de vida de un producto, suele tener una duración más amplia que el resto.

Añadiendo características que hagan que el producto difiera de los competidores que entran al mercado.

Reduciendo los precios dentro del margen posible, para contrarrestar la competencia.

Revisando los canales de distribución y usando incentivos para animar a las tiendas a tener mercancía del producto original en lugar de preferir los nuevos productos.

Nuevas promociones cuyo objetivo sea mostrar la diferencia entre productos.

DECLIVE: Las ventas comienzan a disminuir gradualmente debido a que el producto ha sido sustituido por otras opciones más atractivas para los consumidores.

Mantener el producto en el mercado, pero añadiendo o quitando ciertas características

Reducir los costos y producción y mantenerlo solo para un nicho de mercado.

Descontinuar el producto o vender los derechos del mismo a otra compañía.

3.3.2 Análisis de la Demanda

El sector de food service vende al año \$35 billones y genera más de un millón de empleos. Así se mueve una industria dominada por pequeños negocios (Revista Dinero, 2018).

Después de la caída del mercado en el 2017 por el impacto que tuvo la reforma tributaria, y el desempleo de más de un millón de personas que dependen de este sector, el gremio de alimentos se ha ido recuperando notablemente y según Euro monitor, se proyecta que alcance \$38 billones en ventas para el año 2021.

Sin embargo, en el sector hay mucho por hacer. Estadísticas del Dane, que miden al sector como el “consumo fuera de casa”, indican que esta actividad está sustentada en un alto porcentaje en pequeños operadores que compiten con grandes jugadores como IRCC (El Corral), Frisby y McDonald’s, cuyas ventas en 2016 fueron de \$328.668 millones, \$314.976 millones y \$302.827 millones, respectivamente, según el ranking de las 5.000 empresas de Revista Dinero. Si bien se trata de grandes organizaciones, lo cierto es que aún tienen una tajada muy pequeña del mercado (Revista Dinero, 2018).

Esto evidencia que el espacio es gigantesco para que se desarrollen escenarios de competencia que beneficien al consumidor y permitan que el sector siga creciendo (Revista Dinero, 2018).

Por lo menos 42% de los colombianos almuerza o cena al menos una vez a la semana fuera de su casa”, dice Luis Carlos Cadena, director de la consultora Objetivo, quien explica que los cambios en la dinámica de trabajo de las personas y la movilidad caótica en las ciudades se han convertido en motor del crecimiento del sector (Revista Dinero, 2018)

En la ciudad de Ocaña donde se va a desarrollar el proyecto no existen como tales restaurantes dedicados a la comida saludable, se hace una indagación por los restaurantes principales y se ha observado que algunos cuentan con unos platos saludables dentro de su menú, de los cuales ninguno tiene enfoque cetogénico, por lo cual se podría decir que no se cuenta con competencia directa para el proyecto.

“La buena alimentación es un arte y para lograrlo hay que apoyarse en el gusto, en la presentación, en la variedad de platos en sus texturas y lógicamente en el equilibrio nutricional” (Tamayo, 2009). Desde el diseño de las cartas hasta la decoración de los platos, es imprescindible a la hora de atraer la atención de estos nuevos y exigentes consumidores hacia la comida sana.

Tipo de mercado y cliente: el producto estará dirigido a un mercado natural, es una línea de producto nueva que a pesar de que existe la actividad en el medio, tiene una novedad, por lo tanto, hace parte de un plan estratégico innovador para la ciudad.

El universo del estudio está formado por 35216 unidades familiares Ocañeras, datos suministrados por la empresa de servicios públicos de Ocaña ESPO S.A y por la Asociación de Amigos Usuarios del Acueducto Independiente De Ocaña ADAMIUAIN.

3.3.3 Segmentación objetivo del proyecto

Segmentación demográfica

Diabéticos:

En Ocaña hay una población de diabéticos de 2.000 pacientes aproximadamente según informe de epidemiología del Hospital Emiro Quintero Cañizares, 2019.

Edad: esta población oscila entre los 8 años a los 80 años de edad.

Género: se promedia que un 48% son hombre y 45% son mujeres y un 7% son niños

Nivel socioeconómico: la mayoría de los pacientes pertenecen a estratos 1, 2 y 3.

Ocupación: el 50% de los pacientes perciben sus ingresos de actividades independientes, como el comercio local, agricultura, transporte informal, el 30% son empleados de empresas privadas y públicas, el 20% son personas dependientes económicamente de alguien de su núcleo familiar, (esposo, esposa, padres, hermanos, etc.)

Ingresos: no se tiene un dato exacto del valor de los ingresos de los pacientes, pero sacando un promedio ponderado, los empleados públicos y privados perciben ingresos de \$900.000 a \$3.500.000, los independientes pueden percibir ingresos entre uno y 3 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Deportistas:

Según indagaciones locales que se hicieron para aportar datos a este proyecto, en la ciudad de Ocaña se cuenta con 4 gimnasios que suman un promedio de 800 a 1000 asistentes mensuales, más los atletas que asisten a los diferentes escenarios deportivos, sumarían en promedio unas 400 personas, y con esa base trabajaremos por ahora con la comunidad deportiva.

Edad: oscilan entre los 14 y 55 años de edad.

Género: se promedia un balance entre 60% mujeres y 40% hombres.

Nivel de educación: un 80% de los deportistas tienen algún grado académico, (técnico, tecnólogo o universitario, posgrados)

Ocupación: en promedio el 40% de la población deportiva son estudiantes dependientes económicamente, el 50% perciben ingresos como empleados e independientes de alguna actividad.

Segmentación psicográfica

Personalidad: Los diferentes rasgos de personalidad influyen en la elección de un producto por un individuo "las variables de diferencias individuales describen como cada sujeto es diferente de sus pares en sus respectivos tipos de comportamiento" pudiendo aceptar, rechazar o incluso ser indiferente a un producto. A su vez, personas con rasgos de personalidad similares presentan reacciones similares ante el producto, lo que permite la segmentación (Ciribeli & Miquelito, 2015).

Diabéticos: su estado de salud ha cambiado su estilo de vida, por lo tanto su personalidad se ve afectada, se les puede sentir introvertidos un poco aislados porque ya no pueden consumir lo mismo que la sociedad del común consume, y esto puede afectar su personalidad en alguna medida, tienden a ser independiente para poder llevar un nuevo estilo de vida que su enfermedad les obliga a tomar (Ciribeli & Miquelito, 2015).

Deportistas: llevar un estilo de vida saludable los mantiene activos en un mercado de salud y riqueza alimenticia, son personas enérgicas, con rasgos extrovertidos, creativos, curiosos, que hace que sean muy receptivos a nuevos productos que se lancen en un ambiente que es muy familiar para ellos (Ciribeli & Miquelito, 2015).

Motivo de compra:

Diabéticos: mantener una buena alimentación que vaya acorde a las indicaciones de su médico y lograr mantener estable su enfermedad, motiva a los clientes diabéticos a adquirir productos relacionados con el mercado saludable.

Deportistas: acostumbran a alimentarse de la mejor manera y todo el tiempo están innovando en nuevas recetas, nuevos lanzamientos de productos que están dispuesto a probar para ayudar a complementar su dieta.

Estilo de vida:

Diabéticos: tienen un estilo de vida saludable, dentro de los parámetros que conocen, por los que le informa su médico y los remedios caseros que pasan de generación en generación si saber realmente que tan benéficos son para la salud, tienen una vida distinta del resto de personas, ya que su alimentación es diferente, deben aplicarse medicamentos diarios, y su estado de ánimo puede verse afectado.

Deportistas: tienen un estilo de vida muy saludable por elección propia, disfrutan hacer deporte, suplementarse de la mejor manera y tener una vida activa.

Segmentación por ocasión o tasa de uso**Frecuencia de uso:**

Diabéticos: intentan mantener una frecuencia en cuanto a una alimentación apropiada a su nuevo estilo de vida, por lo tanto, se puede hacer frecuente la adquisición de nuestros productos.

Deportistas: el consumo de alimentos saludables se hace de manera frecuente y que tienen un concepto arraigado de un estilo de vida que conlleve mucho bienestar.

Ocasión de uso:

Diabéticos: por su condición de salud, intentan mantener en cualquier ocasión un régimen alimenticio diferente, por lo que podemos decir que en cualquier ocasión esta dispuestos a consumir los productos.

Deportistas: la ocasión depende de cada deportista, ya que su consumo es por elección y no obligación, pueden abandonarlo cuando quieran y pueden volver a consumirlos cuando deseen nuevamente, no hay seguridad definitiva en eso.

Tasa de uso:

Diabéticos: la tasa de uso de los productos se calculará en base al plan de alimentación que escojan, de esto depende en gran medida el éxito de la mejoría que puedan experimentar los pacientes.

Deportistas: al igual que los pacientes diabéticos, dependerá del plan al cual se acojan, esto representaría la tasa de uso.

Tamaño del mercado: el producto está dirigido a las 35.216 unidades familiares Ocañeras, datos suministrados por la empresa de servicios públicos de Ocaña ESPO S.A y por la Asociación de Amigos Usuarios del Acueducto Independiente De Ocaña ADAMIUAIN, 2020. sin embargo, como estrategia de introducción del producto habrá mayor enfoque en la población diabética que según informe del centro de epidemiología del hospital Emiro Quintero Cañizares consta aproximadamente de 2.000 pacientes entre hombre, mujeres y niños y del gremio deportivo de la ciudad que según investigaciones previas se calcula que haya un promedio de 1000 a 1200 personas que practican algún deporte diariamente, esto con el fin de acceder más

fácilmente al mercado y por medio de resultados, tener más fácil aceptación por parte de los demás consumidores.

Participación en el mercado: a partir de los 34 mil hogares en el municipio de Ocaña y basados en la muestra para la encuesta, potencialmente a pesar de ser una idea de negocio que apenas comienza como tal a darse a conocer, si existen ya personas que se preocupan por su alimentación y al ofrecer este tipo de menús al mercado la idea de negocio sea aceptada con gran demanda en los primeros meses después de la inauguración y así cumplir las metas establecidas para obtener los resultados esperados. Análisis de la oferta y la competencia

3.4 Análisis de la competencia

Tabla 1. Análisis de la competencia

NOMBRE EMPRESA	PDTO/SS QUE COMERCIALIZA	TECNOLOGÍA	PRECIOS	VALOR AGREGADO	DEBILIDADES
Nutriorgánico	Desayunos saludables y snacks	Redes sociales	Sus precios oscilan entre \$10 mil y \$15 mil pesos	Una propuesta de alimentación diferente en la ciudad	No cuentan con un menú estructurado -no cuentan con una sede física - elevados precios
Restaurante la Provincia	Comida de todo tipo y cuentan con una línea saludable	Optimo manejo de redes sociales, infraestructura física Capacidad de	Precios oscilan entre \$10 mil y \$30 mil	Calidad garantizada en sus productos	No manejan un enfoque cetogénico

Fuente: Autora 2020.

Cetofood no cuenta con competencia directa en el mercado local, sin embargo, existen restaurantes que ofrecen dentro de su menú, un tipo de plato saludable para aquellos clientes que se preocupan por su bienestar, lo que se ve como una oportunidad para sacar el mejor provecho, ya que sería pionera en el sector de alimentos local.

3.4.1 Análisis de los precios

La fijación de los precios está dada por el análisis a los clientes, la competencia y los costos.

Según el análisis hecho a los clientes los productos pueden ser adquiridos en cualquier temporada del año, no se afecta por cambios de clima ni épocas especiales, es un producto de consumo masivo y permanente.

Según análisis a la competencia, el producto no se definirá en base a la competencia, pero si se tendrá en cuenta el precio de los platos saludables que manejan algunos restaurantes de la ciudad, aunque no tengan el mismo enfoque, puede servir de guía para un estimado.

Costos, esta será el método que se utilizará para determinar el valor del producto final, junto al valor promedio que estaría dispuesto a pagar el consumidor, de acuerdo a los resultados que arrojó la encuesta.

El costo del producto estará dado por los precios actuales de la materia prima en el mercado, teniendo en cuenta que los productos a utilizar serán en base verduras, carnes, hortalizas, aceites.

TOTAL: para la elaboración de un plato se invertirá en promedio \$5,250 pesos

Se hace una ponderación del gasto de agua por metro cubico, teniendo en cuenta que estrato social del lugar donde se va a trabajar es estrato 2 y la tarifa fija mensual es de \$22.000 pesos, por lo tanto, se saca un promedio de \$90 pesos diarios, por las 3 horas en promedio que se estima la preparación de alimentos.

En servicio de luz hay una tarifa promedio de \$30.000 mensual, por lo tanto, hay un estimado de \$124 pesos diarios por las 3 horas en la preparación de los alimentos.

Esto se verá más detallado en el análisis de costos y la ficha técnica del producto.

3.5 Investigación de mercados

Se puede definir como la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo.

Se trata, en definitiva, de una potente herramienta, que debe permitir a la empresa obtener la información necesaria para establecer las diferentes políticas, objetivos, planes y estrategias más adecuadas a sus intereses.

Población y muestra

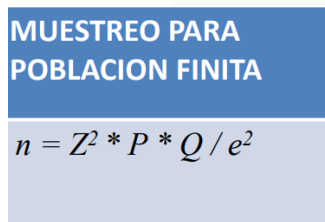
La población que se estudiará inicialmente será la de las personas diagnosticadas con diabetes en la ciudad de Ocaña y el gremio deportivo de la misma ciudad

Según datos del área de epidemiología del Hospital local Emiro Quintero Cañizares, hay un promedio de 2.000 casos y es la quinta causa de muerte en la ciudad.

En el ámbito deportivo se estima que haya unas 1.200 personas que practican activamente algún deporte.

Para efectos del proyecto es necesario realizar una investigación de mercados utilizando un instrumento (encuesta), para lo cual se debe definir la muestra. Es necesario conocer cuántas son las personas de acuerdo a características del cliente objetivo, ubicadas en la ciudad de Ocaña que compran o consumen alimentos saludables. El instrumento que se aplicará pretende conocer algunos aspectos relacionados con: datos estadísticos, preguntas filtro, preguntas centrales y de cierre (gustos, preferencias de compra, precio, ciclicidad, etc.)

Para el proyecto aplica una población finita, ya que es menor a 100.000 aplicaremos la siguiente fórmula para sacar el muestreo de la población finita



**MUESTREO PARA
POBLACION FINITA**

$$n = Z^2 * P * Q / e^2$$

Figura 10. Muestreo para población infinita

Fuente: Autora 2020.

$$N = \frac{196^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

$$0.05^2$$

$$N = 384.16$$

Sin embargo, para el proyecto manejaremos un máximo de 50 encuestas ya que es un referente académico.

Donde

N Población objeto (es el mercado potencial)

P Probabilidad de éxito (0,75)

Q Probabilidad de fracaso (0,25)

Z Área normal bajo la curva, para un índice de confianza del 95% equivale al 1,96

E Error de estimación

Encuesta dirigida a la muestra de las 35.260 unidades familiares de la ciudad de Ocaña N. de S. con el fin de determinar el grado de aceptación de una línea de alimentación cetogénica

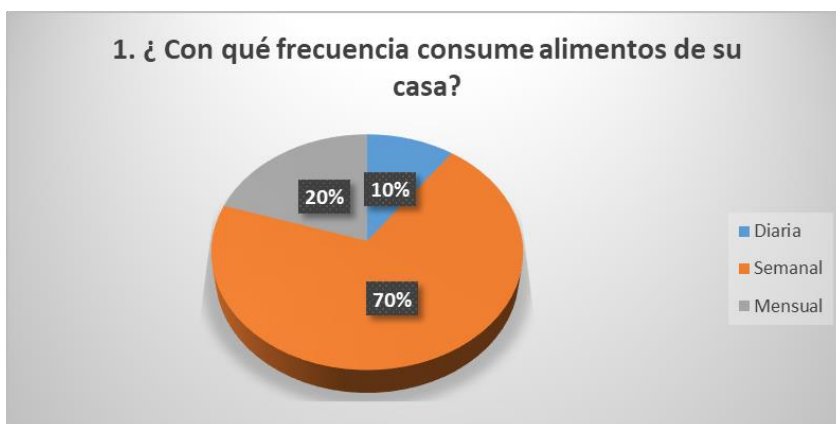


Figura 11. Tabulación pregunta 1

Fuente: Autor propio

Podemos observar que un 70% s de los hogares encuestados común al menos un día a la semana por fuera de su casa lo que es un buen indicador par a nuestro modelo de negocio, ya que las cifras sustentan que existe la costumbre de comer fuera de casa.

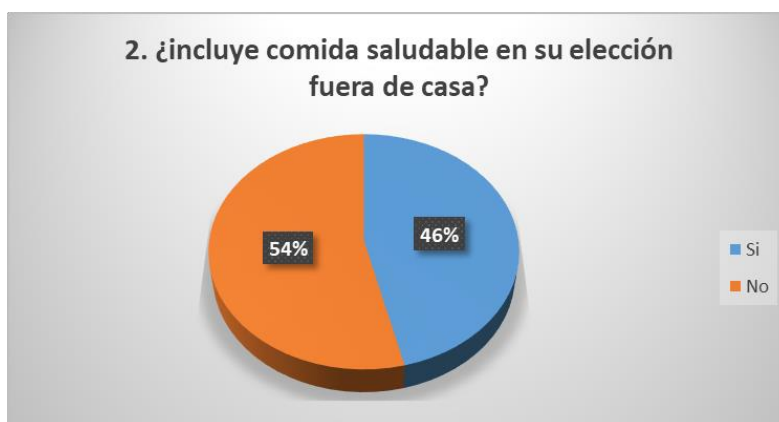


Figura 12. Tabulación pregunta 2

Fuente: Autor propio

Casi 46% de los encuestados dice incluir comidas saludables en sus comidas fuera de casa.

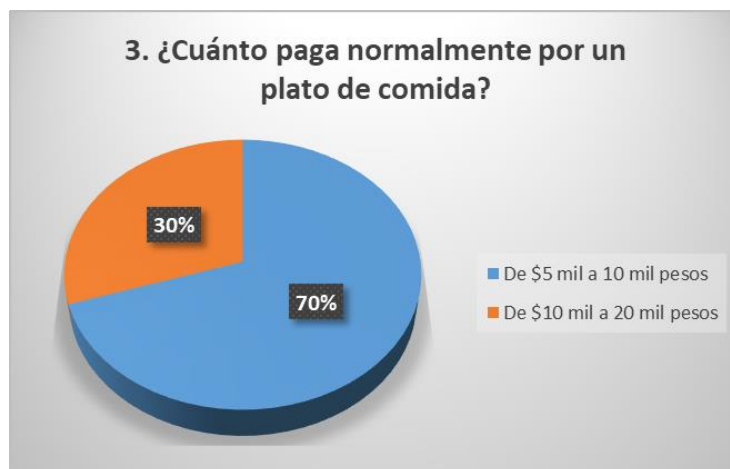


Figura 13. Tabulación pregunta 3

Fuente: Autor propio

El 70% de los encuestados da a entender que 10mil pesos moneda corriente está bien para comer saludable fuera de casa.



Figura 14. Tabulación pregunta 4

Fuente: Autor propio

El 97% de los hogares encuestados responde que visita redes sociales diariamente, por lo cual las redes son el punto fijo para la publicidad de la idea de negocio.



Figura 15. Tabulación pregunta 5

Fuente: Autor propio

El 92% de los hogares encuestados dice ver publicidad en sus redes sociales, lo que aumenta favorablemente la idea de hacer principalmente la publicidad en redes sociales.



Figura 16. Tabulación pregunta 6

Fuente: Autor propio

Solo un 30% de los hogares encuestados dice conocer los menús cetogénicos, lo que es un buen numero para incursionar en un mercado que desconoce el menú.

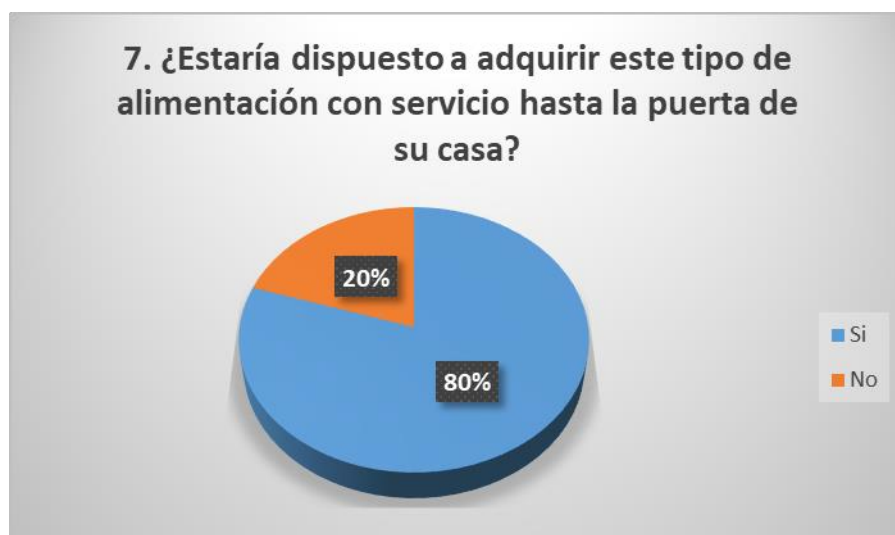


Figura 17. Tabulación pregunta 7

Fuente: Autor propio

El 80% de los hogares dice estar de acuerdo que su comida llegue directamente a su casa, cada día muchos hogares prefieren comer bien y en la comodidad de su casa.

4. Estudio técnico / operacional

4.1. Ficha técnica

Tabla 2. Ficha técnica del producto

Producto: platos cetogénicos	
Forma: Solido	Peso Normal: 400 gramos
Color: colores variados	Olor: Agradable
Tamaño: Porciones de 15 gramos	Presentación: platos de 400 gramos
Composición Promedio:	Vegetales: 40%
	Carbohidratos: 5%
	Proteína: 24%
	Especias: 6%
	Grasas: 25%
Temperatura adecuada: 25° C y 37°C	
Empaque. Envase de carton resistentes para la movilización con capacidad para 0.8 kg, marcados previamente con el nombre y logo de la empresa, en la parte superior del empaque al momento del cocido se le adicionara una etiqueta con la tabla nutricional y las materias primas utilizadas:	
El rótulo del empaque tendrá la siguiente información:	
☐ Nombre del contenido ☐ Nombre y ubicación de la empresa ☐ Número de registro sanitario ☐ Declaración del contenido ☐ Tabla de composición nutricional ☐ Número del lote ☐ Fecha de producción y/o vencimiento	
Almacenamiento: Enfriadores	
Vida útil: 2 dias en condiciones normales de almacenamiento bajo condiciones controladas de humedad (15%) y temperatura (10 °C).	

Fuente: Autora 2020

4.2 Análisis de procesos de producción

Tabla 3. Diagrama de flujo

DIAGRAMA DE FLUJO PLATOS CETOGENICOS							
Tarea: Producción de platos cetogenicos			Resumen				
Método: Propuesto	○	Operación	8				
Inicia: compra de alimentos	⇒	Transporte	3				
Termina: Distribución a clientes	□	Inspección	4				
Hoja: 1 de 1	◐	Demora	0				
Fecha: mayo 2020	▽	Almacenamiento	1				
Elaboro: Laura Cristina Rizo León							
Secuencia	DETALLES	Tiempo	○	⇒	□	◐	▽
1	Compra de alimentos	2 h	●	●			
2	Lavado de las materias primas	2 m	●				
3	Selección de las materias primas a utilizar	1 m		●	●		
4	Preparación de los elementos de cocción	2 m	●		●		
5	Cocción de los materiales	2 y 10 m	●				
6	Inspección de la cocción	10 s			●		
7	Organizar ingredientes del plato	3 m	●				
8	Creación del plato	1 m		●	●		
9	Empacado en el envase de carton	1 m		●			
10	Transportado a la zona de espera para enviar	10 s					●
11	Distribución del producto a clientes	10 m		●			

Fuente: Autora 2020.

La línea de alimentos cetogénicos tiene unas características de manejo generales para sus ingredientes principales como lo son vegetales y proteínas. Lo que hace los procesos sean

similares, aunque los platos varían en ingredientes, sabores, texturas y presentación, debido a esto se utiliza un proceso estándar plasmado en el diagrama de flujo.

Tabla 4. Ficha técnica del producto

Producto: platos cetogenicos	
Forma: Solido	Peso Normal: 400 gramos
Color: Café pardo	Olor: Agradable
Tamaño: Porciones de 15 gramos	Presentación: platos de 400 gramos
Composición Promedio:	Vegetales: 25%
	Verduras: 25%
	Proteína: 40%
	Especias: 6%
	Aceites: 4%
Temperatura adecuada: 25° C y 37°C	
Empaque. Envase de carton resistentes para la movilización con capacidad para 0.8 kg, marcados previamente con el nombre y logo de la empresa, en la parte superior del empaque al momento del cocido se le adicionara una etiqueta con la tabla nutricional y las materia primas utilizadas:	
El rótulo del empaque tendrá la siguiente información:	
☐ Nombre del concentrado ☐ Nombre y ubicación de la empresa ☐ Número de registro sanitario ☐ Declaración del contenido ☐ Tabla de composición nutricional ☐ Número del lote ☐ Fecha de producción y/o vencimiento	
Almacenamiento: Enfriadores	
Vida útil: 2 dias en condiciones normales de almacenamiento bajo condiciones controladas de humedad (15%) y temperatura (10 °C).	

Fuente: Autora 2020.

Previsión de Ventas

Con la formalización del negocio y su inclusión formal en el sector alimenticio de la ciudad de Ocaña se espera tener unas ventas que generen ganancias desde el primer mes de funcionamiento, llegar a un punto estable con los recursos iniciales y con el mejoramiento continuo que se debe tener para aumentar la credibilidad ante los clientes y seguir aumentando la producción, teniendo en cuenta la infraestructura se prevé iniciar con ventas mensuales de 2000 platos mes.

Programación de Producción

Siguiendo un ordenamiento lógico y basados en un sistema de producción de alimentos las materias primas como los vegetales se deben comprar diariamente o con días intermedios para mantener siempre un servicio que ofrezca verduras frescas y las carnes, mientras mantengan su debida cadena de frio se comprarían semanalmente previendo el plan de ventas, igualmente las especias y los aceites se comprarían semanalmente, los envases de envió de los platos a domicilio se comprarían con anticipación para 2 o 3 meses teniendo en cuenta que la comprar al por mayor ofrecen mejores descuentos disminuyendo así el costo de los empaques,

La materia prima se almacenaría en las alacenas en enfriador industrial y nevera que hacen parte del equipo de la planta de producción y de almacenamiento, semanalmente la proteína animal adquirida como materia prima está estimada en 80 kilogramos los cuales conservaran la cadena de frio en el enfriador industrial, se necesitan alrededor de 24 kilos día de todas la variedades de vegetales necesarios para nuestros platos los cuales se compraran diariamente para ofrecer siempre productos frescos. Cada mañana de compra en relación a la misma alianza estratégica de la entrega de productos se relacionará el transporte de la materia prima del mercado público a la planta de producción.

Proceso Productivo

En la planta de producción en las horas de la mañana se preparan los platos estimados a vender durante el día (ver diagrama de flujo), el chef estará acompañado de un ayudante de cocina, su trabajo está estimado entre las 4 y 5 horas, durante todo el día estará el siguiente auxiliar de cocina la cual solo se encargará de emplatado y los enviará a los clientes por medio del domiciliario.

Producto Final

El producto final de cada producción será almacenado y clasificado según sus características físicas, donde algunos elementos deberán mantener cada de frío como las carnes, y almacenamiento hermético como los vegetales. Cada vez que el cliente solicite un plato cetogénico, el auxiliar de cocina en cuestión de minutos prepara el plato lo empaca y lo envía al cliente.

Distribución

Se analizarán las alianzas estratégicas que se puedan producir con las empresas domiciliarias de la ciudad de Ocaña y se creará una sociedad para que una sola compañía realice el 100% de las actividades de transporte y entrega de productos a los clientes, garantizando el tiempo de entrega estimando en menos de 10 minutos y la siempre disponibilidad del servicio, estas sociedades disminuyen los costos de entrega de nuestro producto.

Cliente

El cliente a través de las redes sociales, la página web y las líneas telefónicas de contacto directo tiene a disposición el menú para pedir el plato de su predilección, además podrá pagar el pedido a contra entrega, disfruta de los platos sin moverse de su casa.

4.4 Plan de Compras

Las materias primas necesarias para iniciar se deben comprar diariamente si son vegetales y las carnes semanalmente, previstas en el plan de ventas.

Los insumos como el empaque, productos de aseo, papelería, y vestimenta se adquieren en cantidades a utilizar en los siguientes 3 meses.

Maquinaria consta de Infraestructura es la cocinan de la casa donde habita el dueño de la empresa, ideal para este tipo de sistema de producción de alimentos. Además de los siguientes elementos de uso necesario para el correcto funcionamiento los cuales son:

Tabla 5. Plan de compras

Insumo	Detalle	Cant	Valor Unitario	Valor Total
Estufa industrial	IMUSA	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Horno microondas	IMUSA	1	\$ 435.000	\$ 435.000
Enfriador industrial	DAEWOO	1	\$ 1.330.000	\$ 1.330.000
Campana extractora	DAEWOO	1	\$ 680.000	\$ 680.000
Gramera	DAEWOO	1	\$ 155.900	\$ 155.900
Caja registradora	DAEWOO	1	\$ 860.420	\$ 860.420
Mueble para computador	PERTES	1	\$ 135.000	\$ 135.000
Mesa plastica	RIMAX	1	\$ 50.000	\$ 50.000
Juego de sartenes	IMUSA	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Set de ollas	IMUSA	1	\$ 350.000	\$ 350.000
Set de cuchillos cerámicos	IMUSA	1	\$ 63.900	\$ 63.900
Set de utensilios de cocina	IMUSA	1	\$ 133.240	\$ 133.240
Set de vajilla	IMUSA	1	\$ 225.000	\$ 225.000

Estante para alimentos	PERTES	2	\$ 70.000	\$ 140.000
Set de escoba, recogedor, traperos	PERTES	1	\$ 30.000	\$ 30.000
Uniformes antifluido empleados	MARATTA	4	\$ 180.160	\$ 720.640
Licuada industrial	IMUSA	1	\$ 450.000	\$ 450.000
Total 7.059.100				

Teniendo en cuenta las materias primas y los costos fijos del primer mes se debe contar con 14.780.000 pesos moneda corriente. Divididos es los costos fijo que suman 4380000, y en ellos tenemos salarios de los de los empleados, útiles de aseo para la limpieza diaria, publicidad contador staf, y \$10.400.000 para la compra de las verduras vegetales carnes y aceites necesarios para nuestros productos, las medidas estándares de nuestro modelo de producción permite generalizar las medidas de compra.

Tabla 6. Insumos

Ingredientes	Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Mayonesa	Tarro	5	\$ 5.000	\$ 25.000
Aceite Sesamo	Litros	5	\$ 6.000	\$ 30.000
Limon	Rollos X 20	5	\$ 2.000	\$ 10.000
Sal	Kilogramo	4	\$ 2.000	\$ 8.000
Pimienta	Kilogramo	2	\$ 5.000	\$ 10.000
Aceite De Oliva	Litros	7	\$ 7.440	\$ 52.080
Salsa De Pescado	Litros	5	\$ 12.000	\$ 60.000
Jenjibre	Kilogramo	1	\$ 8.000	\$ 8.000
Hojuelas De Aji	Kilogramo	3	\$ 2.500	\$ 7.500
Bifes De Chorizo	Kilogramo	492	\$ 3.800	\$ 1.869.600
Tomates Cherry	Kilogramo	20	\$ 5.000	\$ 100.000
Pepinos	Kilogramo	10	\$ 3.000	\$ 30.000
Lechuga	Kilogramo	20	\$ 8.000	\$ 160.000
Cebolla Morada	Kilogramo	20	\$ 1.500	\$ 30.000
Cilantro	Kilogramo	6	\$ 5.000	\$ 30.000
Semillas De Sesamo	Kilogramo	2	\$ 3.500	\$ 7.000
Cebolletas	Kilogramo	10	\$ 3.850	\$ 38.500
Pechuga De Pollo	Kilogramo	428	\$ 3.800	\$ 1.626.400
Mantequilla	Kilogramo	5	\$ 4.000	\$ 20.000
Pimenton	Kilogramo	15	\$ 1.500	\$ 22.500

Crema De Coco	Tarro	21	\$ 5.000	\$ 105.000
Perejil	Kilogramo	1	\$ 2.600	\$ 2.600
Comido Molido	Kilogramo	2	\$ 1.500	\$ 3.000
Cardamomo	Kilogramo	2	\$ 1.500	\$ 3.000
Curcuma	Kilogramo	2	\$ 1.500	\$ 3.000
Nuez Moscada	Kilogramo	5	\$ 1.100	\$ 5.500
Albahaca Seca	Kilogramo	2	\$ 1.410	\$ 2.820
Oregano Seco	Kilogramo	2	\$ 1.200	\$ 2.400
Concentrado De Tomate	Kilogramo	10	\$ 3.700	\$ 37.000
Queso Mosarella	Kilogramo	17	\$ 12.800	\$ 217.600
Queso Crema	Tarro	10	\$ 5.300	\$ 53.000
Huevos	Cartones	8	\$ 7.500	\$ 60.000
Pimienta De Jamaica	Kilogramo	5	\$ 7.340	\$ 36.700
Salsa De Soja Tajari	Tarro	12	\$ 8.400	\$ 100.800
Coliflor	Kilogramo	504	\$ 3.300	\$ 1.663.200
Arandanos Rojos	Tarro	17	\$ 9.800	\$ 166.600
Ajo	Kilogramo	2	\$ 3.800	\$ 7.600
Desechables	Paquetes 24	2000	\$ 1.000	\$ 2.000.000
Carne Molida	Kilogramo	576	\$ 3.100	\$ 1.785.600

4.5 Análisis de Costos

Tabla 7. Análisis de costos “ensalada keto asiática”

Orden de producción		No 1				
Fecha de producción: 12/06/20						
Datos sobre el producto a fabricar:						
		Artículo: 1		Cantidad: 1		
Fecha de inicio: 12/06/20		Fecha de terminación: 12/06/20				
CONCEPTO	MATERIAL DIRECTO	MANO DE OBRA DIRECTA	COSTOS INDERECTOS	TOTAL	UNIDADES	COSTO UNITARIO
Unidad producida	Mayonesa Aceite sesamo Limon Sal Pimienta Aceite de oliva Mayonesa Jeniibre	Chef, auxiliar (410)	Luz, agua y aseo (101)		1	5521

	Hojuelas de aji			
	Bifes de chorizo			
	Tomates cherry			
	Pepinos			
	Lechuga			
	Cebolla morada			
	(5010)			
TOTAL		5521	1	5521
Elaborado por:	Recibido por:	Control contable		

Fuente: Autora 2020.

Análisis Punto de Equilibrio

Costos fijos (4380.000)

= 977 unid.

Costo de venta unidad (1000) – costos variables (5521)

Tabla 8. Análisis de costos “ Garam massala de pollo al horno”

Orden de producción		No 1				
Fecha de producción: 12/06/20						
Datos sobre el producto a fabricar:						
		Artículo: 1		Cantidad: 1		
Fecha de inicio: 12/06/20		Fecha de terminación: 12/06/20				
CONCEPTO	MATERIAL DIRECTO	MANO DE OBRA DIRECTA	COSTOS INDERECTOS	TOTAL	UNIDADES	COSTO UNITARIO
Unidad producida	Pechuga de pollo Mantequilla Pimenton Crema de coco Perejil Comino molido Cardamomo Curcuma Nuez moscada Hojuelas de aji (5661)	Chef, auxiliar (410)	Luz, agua y aseo (101)		1	6172
TOTAL				6172	1	6172
Elaborado por:		Recibido por:		Control contable		

Análisis Punto de Equilibrio

Costos fijos (4380.000)

_____ = 1144 unid.

Costo de venta unidad (1000) – costos variables (6172)

Tabla 9. Análisis de costos “lassaña bossies”

Orden de producción		No 1				
Fecha de producción: 12/06/20						
Datos sobre el producto a fabricar:						
		Artículo: 1		Cantidad: 1		
Fecha de inicio: 12/06/20		Fecha de terminación: 12/06/20				
CONCEPTO	MATERIAL DIRECTO	MANO DE OBRA DIRECTA	COSTOS INDERECTOS	TOTAL	UNIDADES	COSTO UNITARIO
Unidad producida	Cebolla morada Ajo Carne molida Aceite de oliva Albahaca seca Orégano seco Concentrado de tomate Sal Pimienta Queso mozzarella Queso crema (5775)	Chef, auxiliar (410)	Luz, agua y aseo (101)		1	6268
TOTAL				6268	1	6268
Elaborado por:		Recibido por:		Control contable		

Análisis Punto de Equilibrio

Costos fijos (4380.000)

= 1173 unid.

Costo de venta unidad (1000) – costos variables (6268)

Tabla 10. Análisis de costos “albóndigas suecas”

Orden de producción		No 1				
Fecha de producción: 12/06/20						
Datos sobre el producto a fabricar:						
		Artículo: 1		Cantidad: 1		
Fecha de inicio: 12/06/20		Fecha de terminación: 12/06/20				
CONCEPTO	MATERIAL DIRECTO	MANO DE OBRA DIRECTA	COSTOS INDERECTOS	TOTAL	UNIDADES	COSTO UNITARIO
Unidad producida	Cebolla morada	Chef, auxiliar	Luz, agua y aseo		1	5642
	Ajo	(410)	(101)			
	Coliflor					
	Queso crema					
	Huevos					
	Pimienta de Jamaica					
	Salsa de soja					
	tajare					
	Sal					
	Pimienta					
	Arándanos rojos					
	Ajo					
	(5132)					
TOTAL				5642	1	5642
Elaborado por:		Recibido por:		Control contable		

Análisis Punto de Equilibrio

Costos fijos (4380.000)

= 1005 unid.

Costo de venta unidad (1000) – costos variables (5642)

Atraves de estas fórmulas identificamos que el punto de equilibrio mensual de nuestro negocio es de 1074 unidades promedio entre nuestros 4 platos del menú con un precio de venta de \$10.000 pesos unidad.

4.6 Análisis De La Infraestructura

Para la ejecución del proyecto se utilizará la vivienda del dueño del negocio, ya que no abra atención al público y todo el servicio de entrega será a domicilio, el espacio de la cocina actual es el adecuado para poder a producir la empresa con las metas esperadas, la cocina cuenta con 6 metros de largo, por 3 metros de ancho, espacio suficiente para agregar una nevera y un enfriador necesario para la cadena de frio de las materias primas que lo requieran.

Tabla 11. Infraestructura

Insumos	Detalle	Cant.	Valor Unitario	Valor Total
Estufa industrial	IMUSA	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Horno microondas	IMUSA	1	\$ 435.000	\$ 435.000
Enfriador industrial	DAEWOO	1	\$ 1.330.000	\$ 1.330.000
Campana extractora	DAEWOO	1	\$ 680.000	\$ 680.000

Gramera	DAEWOO	1	\$ 155.900	\$ 155.900
Caja registradora	DAEWOO	1	\$ 860.420	\$ 860.420
Mueble para computador	PERTES	1	\$ 135.000	\$ 135.000
Mesa plástica	RIMAX	1	\$ 50.000	\$ 50.000
Juego de sartenes	IMUSA	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Set de ollas	IMUSA	1	\$ 350.000	\$ 350.000
Set de cuchillos cerámicos	IMUSA	1	\$ 63.900	\$ 63.900
Set de utensilios de cocina	IMUSA	1	\$ 133.240	\$ 133.240
Set de vajilla	IMUSA	1	\$ 225.000	\$ 225.000
Estante para alimentos	PERTES	2	\$ 70.000	\$ 140.000
Set de escoba, recogedor, traperero	PERTES	1	\$ 30.000	\$ 30.000
Uniformes antifluido empleados	MARATTA	4	\$ 180.160	\$ 720.640
Licuada industrial	IMUSA	1	\$ 450.000	\$ 450.000

Fuente: Autora 2020.

Estufa integral:

Tabla 12. Estufa Integral

Material	MDP mueble aglomerado
Carga máxima	42 kg
Peso neto	52 kg
Resistencia a la humedad	Hinchamiento 8%
Garantía	1 año

Fuente: Autora 2020.

Horno microondas:

Tabla 13. Horno Microondas

Potencia de entrada	120 v
Salida	1,000w
Frecuencia de microondas	2450 mhz
Potencia de consumo	1450 w

Enfriador

Tabla 14. Enfriador

Volumen	229 litros
Peso neto	74 kilos
Capacidad de botellas	100 de 600ml
Consumo de energía	2678 kw h
Amperaje	2.3

Fuente: Autora 2020.

Extractor:

Tabla 15. Extractor

Caudal	15 30 45 60 m/h
Tensión	12 v
Consumo	7.2 w
Longitud de montaje	170 mm
Tipo	RA15
Bastidores	9/MRD

Fuente: Autora 2020.

Gramera

Tabla 16. Gramera

Clase	111
Capacidad	6 kilos
Escala	0.2 g
Calibración	Span
Temperatura de operación	10 c

Fuente: Autora 2020.

Caja registradora

Tabla 17. Caja registradora

Marca	Casio
Teclado	Multifuncional
Energía	Eléctrica y baterías doble a x2
Tinta	bicolor

Fuente: Autora 2020.

Mueble para computador

Tabla 18. Mueble para computador

Altura	180 Cm
Ancho	2 Metros
Color	Café

Fuente: Autora 2020.

Mesa

Tabla 19. Mesa

Marca	Rimax
Puestos	4
Material	Plástico
Color	Blanco

Fuente: Autora 2020.

Sartenes

Tabla 20. Sartenes

Marca	IMUSA
Unidades	5
Superficie	Antiadherente
Color	Negro

Fuente: Autora 2020.

Set de ollas

Tabla 21. Set de ollas

Marca	IMUSA
Unidades	4
Material	Acero
Color	Plata

Fuente: Autora 2020.

Set de cuchillos

Tabla 22. Set de cuchillos

Marca	IMUSA
Unidades	7
Material	Acero y madera
Color	Plata y negro

Fuente: Autora 2020.

Set de utensilios de cocina

Tabla 23. Set de utensilios de cocina

Marca	IMUSA
Unidades	12
Material	Plástico, madera y acero
Color	Madera, negro, plata

Fuente: Autora 2020.

Estantes para alimentos

Tabla 24. Estantes para alimentos

Altura	2 Metros
Capacidad	10 Kilos Por División
Material	Metálico
Color	Plata

Fuente: Autora 2020.

Uniformes

Tabla 25. Uniformes

Material	Anti Fluidos
Unidades	4
Color	Blanco

Fuente: Autora 2020.

5. Estudio organizacional y legal

5.1 Estructura organizacional

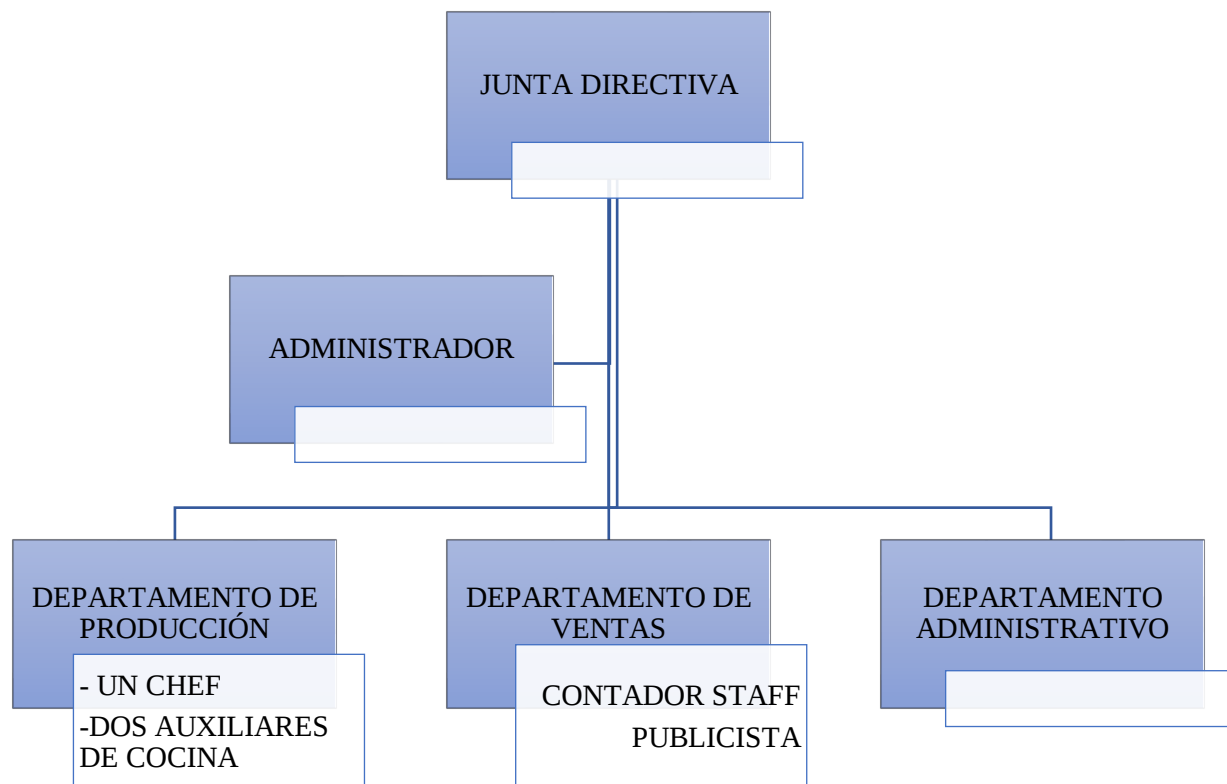


Figura 18. Estructura Organizacional

Fuente: Autora 2020.

Análisis de la estructura organizacional:

En el organigrama de Cetofood por ser una sociedad SAS quien encabeza la máxima autoridad de la empresa es la junta directiva que en este caso es la fundadora, que por ser una

empresa en etapa de crecimiento y al no necesitar muchos empleados para empezar a producir, la fundadora hará las veces de administradora y/o gerente, con más funciones inherentes a los cargos, esto mientras se va posesionando la empresa y se comience a requerir de más personal especializado en las distintas áreas.

En el área de producción se contará con un Chef y dos auxiliares de cocina que se encargaran de las funciones descritas en su manual de funciones y demás funciones que de manera solidaria consideren que pueden aportar en la producción de los productos.

En el área de ventas tendremos un contador externo, que no estará en la nómina fija de la empresa, se contratarán con sus servicios de manera ocasional, y por lo tanto su pago será de la misma forma.

Igualmente se procede con el publicista, que se contratará de manera ocasional y se pagará por los servicios prestados.

5.2 Análisis de cargos- manual de funciones

CARGO: GERENTE

ÁREA: ADMINISTRATIVA, PRODUCCION, Y VENTAS

SUPERVISIÓN: DE TODAS LAS AREAS DE LA EMPRESA

RESPONSABLE:

En principio, los deberes y responsabilidades de los Gerentes de Restaurante se basan en tres objetivos principales: satisfacción al cliente, rentabilidad y eficiencia, ya que los comercios de este ramo no tendrían futuro sin la labor del Chef y del resto del personal, quienes son los encargados de preparar los platos que los clientes van a consumir; no obstante, si bien los

platillos ofrecidos pueden ser sin igual, una mala gestión del establecimiento no dará buenos frutos. De ahí que sea fundamental que estos profesionales velen por la optimización de los procesos operativos, así como por la preocupación de brindar un buen servicio, a los fines de que los clientes deseen regresar en otras ocasiones.

Funciones:

- Planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar la operatividad de la producción y servicios de comida:
 - Determinar el tipo de servicios a ofrecer e implementar los procedimientos operativos pertinentes.
 - Establecer estándares para el desempeño del personal y la atención al cliente, hacer seguimiento de su labor y mantener al dueño del establecimiento informado.
 - Estimar los costos de los alimentos y bebidas.
 - Llevar el inventario y adquirir insumos, equipos y bebidas.
 - Monitorear los ingresos brutos y realizar las modificaciones pertinentes a los procedimientos y a los precios establecidos.
 - Reunirse con los empleados a los fines de definir menús y de realizar actividades relacionadas.
 - Supervisar los métodos empleados en la preparación de los alimentos, las raciones servidas y la presentación de los platos.
 - En algunos casos, revisar que los hornos, hornillas y luces estén debidamente apagados y que el sistema de alarmas esté activado.

- Desarrollar estrategias de mercado, implementar campañas de Publicidad y planificar eventos (promociones en bebidas y alimentos, festivales, entre otros) a los fines de aumentar el interés del público por la empresa.
- Crear un ambiente agradable para el personal.
- Dirigir al personal del restaurante:
 - Entrevistar, contratar, capacitar, supervisar y, en ocasiones, despedir a los empleados.
 - Fijar los horarios de trabajo de los empleados y asignarles sus labores, garantizando que se cuente con la cantidad de trabajadores necesaria en cada turno.
 - Promover el trabajo en equipo, a los fines de garantizar que las necesidades de los clientes sean satisfechas.
 - Garantizar que los clientes sean servidos de manera adecuada y oportuna.
- Comunicarse con los clientes:
 - Escuchar sus impresiones a los fines de trabajar en pro de la optimización del servicio.
 - Investigar y solucionar cualquier reclamo que los clientes tengan sobre la calidad del servicio.
- Desempeñar actividades administrativas:
 - Revisar las transacciones financieras.
 - Hacer seguimiento al presupuesto a los fines de garantizar su eficiente administración y que los gastos estén dentro de los límites establecidos.
 - Elaborar y administrar la nómina.
 - Tramitar la documentación necesaria para la obtención de licencias, permisos, pago de impuestos, etc.

- Llevar el registro de las declaraciones de impuestos, balances financieros y de nómina, además de velar por su resguardo.
- Verificar la conciliación de cada una de las transacciones realizadas mediante los puntos de venta, así como la distribución de la propina entre los empleados.
- Establecer una red de proveedores:
 - Coordinar el suministro de alimentos, y demás insumos necesarios para la operatividad del establecimiento.
- Velar por el cumplimiento de los estándares y legislación sanitaria y de manipulación de alimentos, además de las políticas establecidas por el establecimiento:
 - Encargarse de los incidentes que sean reportados y resolver cualquier riesgo o condición de inseguridad que se presente en el área laboral.
 - Velar por la limpieza y mantenimiento del equipo y de las instalaciones del establecimiento.
 - Procurar la capacitación necesaria al personal en términos de seguridad.

COMPETENCIAS

- Excelentes habilidades de comunicación y liderazgo:
 - Comunicarse claramente, tanto de manera escrita como oral, a los fines de crear un ambiente agradable para el personal y ser un buen oyente.
 - Tener vocación de servicio y liderazgo.
 - Tener habilidades de liderazgo a los fines de dirigir un gran número de empleados.
 - Dirigirse al personal de una manera clara, respetuosa y profesional, además de estar en la capacidad de trabajar en conjunto con el Chef Ejecutivo y con el Subgerente.

- Estar en la capacidad de lidiar con un grupo de personas en situaciones de conflicto en un tono calmado, cortés, discreto y efectivo.
- Organizado y capaz de manejar su tiempo efectivamente:
 - Ser capaz de manejar múltiples proyectos al mismo tiempo y de trabajar bajo presión en un entorno dinámico y activo.
 - Estar en la capacidad de establecer prioridades.
 - Ser responsable y confiable.
 - Trabajar de manera independiente y sin supervisión.
 - Ser organizado, estructurado y detallista.
- Capacidad analítica y para tomar decisiones, con habilidad para resolver conflictos:
 - Tener la determinación para lograr sus objetivos, además de estar en la capacidad de incentivar al personal al logro de metas.
 - Identificar y resolver los conflictos de manera oportuna.
 - Estar en la capacidad de mantenerse calmado y de tomar decisiones efectivas en situaciones de conflicto.
- Motivado, decidido, responsable y determinado a ofrecer el mejor servicio.
- Fuerza física y resistencia:
 - Estar en la capacidad de permanecer de pie y caminar gran parte de su jornada laboral.

REQUISITOS

Estudios:

- Profesional en administración de empresas, o carreras a fines
- Se valorará titulación en Gestión Hotelera o escuela de cocina

Experiencia

- Experiencia demostrable trabajando como gerente de restaurante, gerente general de restaurante, gerente de hospitalidad o puesto similar
- Experiencia demostrable en servicio al cliente como gerente
- Amplios conocimientos sobre comidas y bebidas, con capacidad para recordar y mencionar los ingredientes y los platos para informar a los clientes y al personal de servicio
- Familiaridad con el software de gestión de restaurantes, como OpenTable y PeachWorks
- Sólidas habilidades de liderazgo, motivación e interpersonales
- Profundas habilidades de gestión financiera

CARGO: CHEF

AREA: Cocina

SUPERVISIÓN: armando cenas

RESPONSABLE:

La persona encargada de este cargo deberá cumplir con todas las actividades relacionadas con el área asignada, desde ordenar utensilios hasta ayudar a administrar el presupuesto estipulado para la compra de la materia prima.

Asistirá a todos los eventos programados y ayudará con la selección y entrenamiento del nuevo personal.

Se encargará de la preparación, presentación, y calidad de los platos según la solicitud del cliente.

Funciones:

1. Dirigir las actividades de preparación y cocción de alimentos en el restaurante
CETOFOOD
2. Planear los menús y asegurarse de que los alimentos cumplan con los estándares de calidad.
3. Calcular costos e ingredientes para la preparación de los alimentos.
4. Supervisar las actividades de cocineros y auxiliares de cocina.
5. Contratar personal para el área.
6. Demostrar nuevas técnicas de cocción.
7. Preparar platos innovadores de la línea cetogénica.
8. Dirigir adecuadamente a los auxiliares de cocina asignados
9. Conocer los costos de la materia prima.
10. Cumplir con el horario acordado en el contrato.
11. Adecuar el área de trabajo según las normas de higiene para iniciar sus labores.
12. Utiliza los utensilios apropiados y necesarios para la preparación de dichos alimentos.
13. Conocer los procesos adecuados para la preparación de las recetas.
14. Medir el tiempo para la cocción de cada plato.
15. Presentar los alimentos con su respectivo plato y con una decoración acorde a la ocasión
16. Limpiar su entorno laboral después de la actividad realizada.
17. Delegar funciones a los auxiliares de cocina sin olvidar sus obligaciones
18. Prevenir el desperdicio de la materia prima.

19. Intervenir en el proceso de preparación y dar el visto bueno a los platos.
20. Ejecutar un buen trabajo en equipo en su entorno laboral.
21. Tener una buena comunicación desde el inicio hasta el final de la preparación del plato.
22. Aportar sus conocimientos a los auxiliares de su área.
23. Comprar los ingredientes necesarios para la elaboración de sus recetas.
24. Vigilar el cumplimiento de la normatividad de la calidad de los productos.
25. Controlar los vales de los pedidos del cliente.
26. Inventariar los recursos existentes en el área.
27. Otorgar tiempos acordes para cada preparación.
28. Garantizar la satisfacción del consumidor con el pedido.
29. Coordinar al personal para que la entrega de los platos sea eficiente.
30. Escuchar las críticas constructivas ya sea de los consumidores o de los mismos colaboradores.
31. Portar el uniforme adecuado para el área donde se está realizando el trabajo.

CRITERIOS DE DESEMPEÑO

1. Dirige las actividades de preparación y cocción de los especiales en la empresa.
2. Planea los menús y se asegura que los alimentos se entreguen con la mejor calidad.
3. Calcula los diferentes costos de los ingredientes para la preparación de cada comida.
4. Supervisa las actividades de los cocineros y auxiliares de cocina.

5. Contrata personal capacitado para el área.
6. Demuestra nuevas técnicas de preparación y presentación de alimentos.
7. Conoce los valores monetarios de las materias primas

CONOCIMIENTOS BÁSICOS

- Procedimientos básicos de inventarios y de rotación de existencias.
- Técnicas de manipulación, conservación, y almacenamiento de alimentos.
- Conocimientos en seguridad ocupacional.
- Procedimientos de apertura y cierre del área de trabajo.
- Técnicas de cortes y moldeado.
- Aprovechamiento y porcionamiento de alimentos.

REQUISITOS

Estudios:

- Bachiller
- Técnico o tecnólogo en gastronomía
- Profesional en gastronomía

Experiencia:

- 6 meses mínimos como auxiliar de cocina
- 1 año como jefe de cocina

COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES

- Manejo de trabajo en equipo
- Comunicación asertiva
- Higiene personal
- Responsabilidad y liderazgo
- Puntualidad y respeto.

CARGO: AUXILIAR DE COCINA

AREA: COCINA

RESPONSABLE:

Mantener limpia la cocina es una parte importante del trabajo. Esto incluye lavar la vajilla y los cubiertos utilizados para la elaboración de los alimentos. Separar los desechos de acuerdo a las bolsas reciclajes.

Funciones

- Limpiar, pelar y cortar verduras
- Mezclar los ingredientes juntos.
- Desplumar aves de corral
- Picar carne
- Desescamar pescado
- Mantener limpia la cocina y los utensilios
- Colaborar en la conservación de las materias primas y los productos de uso en la cocina
- Aseo diario de la cocina

- Y actividades descritas por el jefe de cocina y administrador
- Empacar los pedidos

COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES

Un ayudante de cocina debe ser una persona:

- Interesada por la cocina y la alimentación.
- Con formación específica como ayudante de cocina.
- Con conocimiento sobre los procedimientos de higiene, salud y seguridad en la cocina.
- Con conocimiento de las materias primas y las técnicas culinarias básicas.
- Flexible.
- Meticulosa.
- Capaz de trabajar en equipo.
- Con una buena higiene personal y buena forma física.
- Resistente, para estar de pie mucho rato y levantar o cargar objetos pesados.
- Rápida y eficiente.
- Activo.
- Bien organizado.

Requisitos

Estudios:

- Formación en cocina
- Formación en manipulación de alimentos
- Técnico en cocina o gastronomía

5.3 Costos administrativos

Gastos de administración:

Sueldos:

Gerente: salario \$ utilidades

Chef: salario de \$ 1.400.000

Auxiliar de cocina 1: \$ 600.000

Auxiliar de cocina 2: \$ 1.200.000

Arriendos: \$0

Servicios públicos: \$400.000

Papelería: \$60.000

Implementos de aseo: \$ 380.000

Gastos de ventas:

Comisiones pagadas a vendedores: 0

Publicidad (página web, medios masivos): \$ 360.000

Sueldos (mano de obra comercial): 0

5.4 Tipo de sociedades

Para el presente proyecto se eligió la sociedad mercantil SAS (sociedad anónima simplificada) ya que es la que mejor se acopla al alcance del emprendimiento que se quiere desarrollar, a continuación, se levanta el documento constituyente.

CONSTITUCION DE LA SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA.

ARTICULO PRIMERO- CONSTITUYENTE: en la ciudad de Ocaña, departamento del Norte de Santander, república de Colombia, a los 28 días de mes de mayo del año 2020 **Laura Cristina Rizo León** ciudadana colombiana, mayor de edad, con domicilio y residencia en la ciudad de Ocaña, N de S, identificada con cédula de ciudadanía No- 1094577358 expedida en la ciudad de Ocaña, quien para todos los efectos se llamará **LA CONSTITUYENTE**, mediante el presente escrito manifiesto mi voluntad de constituir una **SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA**, que se regulará conforme a lo establecido en la ley y en los siguientes estatutos:

ARTÍCULO SEGUNDO- TIPO O ESPECIE DE SOCIEDAD QUE SE CONSTITUYE: la sociedad que se constituye por medio de éste documento es por acciones, del tipo **Sociedad por Acciones Simplificada (S. A. S)**, ésta se regulará por las disposiciones contenidas en los presentes estatutos, por las normas que de manera especial regulan ésta especie de sociedades en el Código de Comercio y por las generales que en la anterior normativa rigen para las sociedades, teniendo en cuenta que tanto las especiales como las generales sean compactibles con una Sociedad por Acciones Simplificada.

ARTÍCULO TERCERO- DOMICILIO SOCIAL: la compañía tendrá como domicilio principal la ciudad de Ocaña, N de S. en la dirección calle 9B # 10-50, barrio centro, pero podrá abrir sucursales o agencias en cualquier parte del territorio nacional, para lo cual se procederá como aparece previsto en las normas legales.

ARTÍCULO CUARTO- NOMBRE DE LA SOCIEDAD: la sociedad actuará bajo la denominación social **CETOFOOD S.A.S.**

ARTÍCULO QUINTO- TÉRMINO DE DURACIÓN: la sociedad tendrá u término de duración indefinido, pero podrá disolverse anticipadamente cuando su único socio así lo decida.

ARTÍCULO SEXTO- OBJETO SOCIAL: la sociedad tendrá por objeto social 1. Realizar cualquier actividad civil o comercial lícita en el país.

ARTÍCULO SEPTIMO- CAPITAL AUTORIZADO, SUSCRITO Y PAGADO: el capital autorizado de la sociedad es de \$3.000.000. Divididos en 100 acciones iguales, cada una por valor nominal de\$30.000, la accionista **CONSTITUYENTE** ha suscrito 100 acciones por un valor nominal total de \$3.000.000 de pesos, capital que se encuentra suscrito y pagado en su totalidad. La clase de acciones aquí suscritas son de clase ordinaria. **PARÁGRAFO:** el capital suscrito podrá aumentarse por cualquiera de los medios que autorice la ley, igualmente, podrá disminuirse con sujeción a los requisitos señalados por la ley, en virtud de la correspondiente reforma estatutaria aprobada por el único socio e inscrita en el registro mercantil.

Tabla 26. Registro mercantil

SOCIO.	CUOTAS	CAPITAL	%
Laura Cristina Rizo	100	\$3.000.000	100%
León			
TOTAL	100	\$3.000.000	100%

Fuente: Autora 2020.

ARTÍCULO OCTAVO- CARACTERÍSTICAS DE LAS ACCIONES: las acciones de la sociedad en que se halla dividido su capital son ordinarias.

ARTÍCULO NOVENO- TÍTULOS DE LAS ACCIONES: al accionista único se le expedirá un solo título representativo de sus acciones, a menos que prefiera tener varios por diferentes cantidades parciales del total que le pertenezca. El contenido y las características de los títulos se sujetarán a lo preceptuado en las normas legales correspondientes. Mientras el valor de las acciones no hubiera sido pagado totalmente, la sociedad solo podrá expedir certificados provisionales. Para hacer una nueva inscripción y expedir el título al adquirente, será menester la previa cancelación de los títulos del tridente.

ARTÍCULO DÉCIMO- LIBRO DE REGISTRO DE ACCIONES: la sociedad llevará un libro de registro de acciones, previamente registrado en la cámara de comercio correspondiente al domicilio principal de la sociedad, en el cual se anotará el nombre del único accionista, la cantidad de acciones de su propiedad, el título o títulos con sus respectivos números y fechas de inscripción, la enajenaciones y traspasos, las prendas, usufructos, embargos y demandas judiciales, así como cualquier otro acto sujeto a inscripción según aparezca ordenado en la ley.

ARTÍCULO DECIMO PRIMERO- EMISIÓN DE ACCIONES: corresponde al accionista único decidir sobre la emisión de acciones de que disponga la sociedad y que se encuentren en la reserva.

ARTÍCULO DECIMO SEGUNDO- REGLAMENTO DE EMISIÓN DE ACCIONES: corresponde a la **CONSTITUYENTE** expedir el reglamento aplicable a las suscripciones de las acciones reservadas, ordinarias y de capital emitidas por la sociedad.

ARTÍCULO DECIMO TERCERO- GERENCIA: la representante legal de la sociedad y la gestión de los negocios sociales estará a cargo del gerente, puesto que será ocupado por **Laura Cristina Rizo León**, identificada con cédula de ciudadanía No- 1094577358, expedida en Ocaña N de S. Tendrá como suplente a **Mireya León Jácome**, identificado con cédula de ciudadanía No. 60.415.440 expedida en Ocaña, N de S, el suplente del gerente lo reemplazará en sus ausencias temporales y absolutas y tendrá las mismas atribuciones que el Gerente cuando entre a reemplazarlo.

ARTÍCULO DECIMO CUARTO- FACULTADES DEL GERENTE: el gerente está facultado para ejecutar, a nombre de la sociedad, todos los actos y contratos relacionados directamente con el objeto de la sociedad. Serán funciones específicas del cargo, las siguientes:

- a) constituir, para propósitos concretos, los apoderados especiales que considere necesarios para representar judicial o extrajudicialmente a la sociedad.
- b) cuidar de la recaudación e inversión de los fondos sociales.
- c) organizar adecuadamente los sistemas requeridos para la contabilización, pagos y demás operaciones de la sociedad.
- d) velar por el cumplimiento oportuno de todas las obligaciones de la sociedad en materia impositiva.
- e) Certificar los estados financieros en el caso de ser dicha certificación exigida por las normas legales.
- f) designar las personas que van a prestar servicios a la sociedad y para el efecto celebrar los contratos que de acuerdo a las circunstancias sean convenientes; además, fijará las remuneraciones correspondientes, dentro de los límites establecidos en el presupuesto anual de ingresos y egresos.
- g) celebrar los actos y contratos comprendidos en el objeto social de la compañía que sean necesarios para que ésta desarrolle completamente el objeto para el cual ha sido constituida.
- h) cumplir las demás funciones que le correspondan según lo previsto en las normas legales y en estos estatutos.

PARÀGRAFO: el gerente queda facultado para celebrar actos y contratos en desarrollo del objeto de la sociedad, con entidades públicas, privadas y mixtas.

ARTÍCULO DECIMO QUINTO- RESERVAS: la sociedad constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito y se formará con el 10% de las utilidades líquidas de cada ejercicio. El único socio podrá decidir, además, la constitución de reservas voluntarias, siempre que las mismas sean necesarias y convenientes para la compañía, tengan una destinación específica y cumplan las demás exigencias legales.

ARTÍCULO DECIMO SEXTO-UTILIDADES: no habrá lugar a la distribución de utilidades sino con base en los estados financieros de fin de ejercicio, aprobados por el único socio, aprobación que se presume por el solo hecho de la certificación mientras ocupe el cargo de gerente. Tampoco podrán distribuirse utilidades mientras no se hayan enjugado las pérdidas de ejercicios anteriores que afecten el capital, entendiéndose que las perdidas afectan el capital cuando a consecuencia de las mismas se reduzca el patrimonio neto por debajo del monto del capital suscrito. Las utilidades de cada ejercicio social, establecidas conforme a los estados financieros aprobados con los que esté de acuerdo el único socio o socios, se distribuirán con arreglo a las disposiciones siguientes y a lo que prescriban las disposiciones legales. 1- el 10% de las utilidades líquidas después de impuestos se llevará a la reserva legal, hasta concurrencia del 50%, por lo menos, del capital suscrito. Una vez alcanzado este límite quedará a disposición del socio único o socios continuar con el incremento de la reserva, pero si disminuyere será obligatorio aportar el 10% de las utilidades líquidas hasta cuando dicha reserva llegue nuevamente al límite fijado. 2- efectuada la apropiación para la reserva legal se harán las apropiaciones para las demás reservas que, con los requisitos exigidos por ley, decida el socio único o socios. Estas reservas tendrán destinación específica y clara, serán obligatorias para el

ejercicio en el cual se hagan y el cambio de destinación o su distribución posterior solo podrán autorizarse por el socio único. 3- si hubiere pérdida de ejercicios anteriores, no enjugadas que afecten el capital, las utilidades se aplicarán a la cancelación de tales pérdidas antes de cualquier apropiación para reservas legales, voluntarias u ocasionales. 4- las apropiaciones para la creación o incremento de reservas voluntarias u ocasionales deberán ser aprobadas por el socio único. 5- el remanente de las utilidades, después de efectuadas las apropiaciones para reserva legal y para reservas voluntarias u ocasionales, se destinará al pago de dividendos al único accionista.

ARTÍCULO DECIMO SEPTIMO- DISOLUCIÓN DE LA SOCIEDAD: la sociedad se disolver por decisión del socio único cuando se presente alguna de las causales previstas en la ley y compactible con la sociedad por acciones simplificada constituida por medio de este documento. La disolución, de acuerdo a la causal presentada, podrá evitarse con sometimiento a lo prescrito en la normatividad comercial para el efecto.

ARTÍCULO DECIMO OCTAVO- LIQUIDADOR: el liquidador y el suplente serán designados por el socio único y esta designación, una vez ellos manifiesten la aceptación, se llevará a cabo su inscripción en el registro mercantil.

ARTÍCULO DECIMO NOVENO- PROCESO DE LIQUIDACIÓN: cuando se trate del denominado proceso de liquidación privada o voluntaria, se seguirán las normas contenidas en los artículos 218 y siguientes del C. de Comercio, habida cuenta de su compactibilidad con la sociedad anónima unipersonal.

ARTÍCULO VIGÉSIMO- DECLARACIÓN DEL SOCIO CONSTITUYENTE: la **CONSTITUYENTE LAURA CRISTINA RIZO LEÓN** de la sociedad **CETOFOOD SAS**.

identificada con cedula de ciudadanía No1.094.577.358, declara que la sociedad constituida por medio de este documento privado reúne los requisitos exigidos por ley.

CONSTITUYENTE:

LAURA CRISTINA RIZO LEÓN

C. C. No- 1.094.77.358 expedida en Ocaña

5.5 Permisos, tramites y licencias

Para la constitución de la empresa se hace necesario el documento constituyente y los siguientes permisos e inscripciones.

Registro mercantil: establecimiento deberá matricularse a más tardar dentro del mes siguiente de comenzar operación. Deberá diligenciar el Registro Único Empresarial (RUE) que se puede conseguir en un Supercade o en las sedes de la Cámara de Comercio, o en esta página web del Ministerio del Trabajo habilitada para este trámite.

Rut: Como dueño de negocio debe estar inscrito en el RUT (Registro Único Tributario). Este documento valida su relación comercial, laboral o económica y le permite tener relaciones de tipo comercial. El RUT es el documento que informa la clasificación comercial y de tipo de contribuyente, así como las diferentes obligaciones tributarias de una persona o comercio. Este trámite se hace ante la DIAN.

Concepto sanitario: Este concepto es indispensable para demostrar que su negocio tiene todas las condiciones sanitarias necesarias para el cuidado del medio ambiente y de las personas que se relacionan en la labor diaria.

Concepto técnico de seguridad humana y protección contra incendios: Este concepto técnico de Bomberos es la apreciación técnica emitida por el Cuerpo Oficial de Bomberos de Bogotá en donde se revisan las condiciones de seguridad humana, riesgos de incendio, materiales peligrosos y sistemas de protección contra incendios que puedan presentar en su establecimiento; también se realizan las pruebas de presión a las redes hidráulicas su negocio.

Certificado de manipulación de alimentos: es obligatorio a través de varios institutos que cuentan con la autorización como Empresa Capacitadora en Manipulación Higiénica de Alimentos.

5.6 Impuestos y tasas

La empresa deberá cumplir con las obligaciones tributarias como son los siguientes:

1. Son agentes de retención en la fuente a título de Renta, Iva, Ica, etc.
2. Son responsables del Iva en caso de realizar una actividad grada con este impuesto.
3. Son contribuyentes del impuesto a la renta del régimen ordinario.
4. Están obligados a expedir facturas.
5. Deben reportar información exógena.
6. Son responsables del impuesto de industria y comercio.
7. Deben pagar el impuesto predial.
8. Están obligados a llevar contabilidad.
9. Están obligados a tener revisor fiscal según el monto de sus ingresos o activos.

6. Pensamiento estratégico

Tabla 27. PRODUCTO- Estrategia N. 1

Estrategias	Objetivos	Actividades	Responsables	Recursos	Tiempo	indicador
Ofrecer a los clientes nuevas opciones de comida saludable	Satisfacer las necesidades de los clientes a través de un producto que mejore su calidad de vida y la de su familia	Conectar directamente con los productores de nuestras materias primas	gerente	Tiempo Conocimiento Internet Transporte sueldo	\$ \$ \$10.000 \$100.000 \$	5 días Números de productos contactados
		Cerciorar las buenas prácticas en sus procesos	gerente	Tiempo Conocimiento Internet Transporte sueldo	\$ \$ \$20.000 \$200.000 \$	10 días Auditoria a los procesos
		Negociar el transporte seguro y constante	gerente	Tiempo Conocimiento Internet Transporte sueldo	\$30.000 \$ \$ \$ \$30.000	2 días Revisar informes de la empresa transportadora
		Investigar sobre la evolución y variedades de los platos cetogénicos	publicidad	Tiempo Conocimiento Internet Transporte sueldo	\$ \$ \$4.000 \$ \$	2 días Revisión de informe del publicista

Fuente: Autora 2020.

6.1 Estrategias de mercadeo

Se tomará el modelo de las 4P's para desarrollar las estrategias de producto, precio, plaza y promoción, a continuación 3 estrategias por cada "P".

Tabla 28. PRODUCTO- Estrategia N. 2

Estrategias	Objetivos	Actividades	Responsables	Recursos		Tiempo	indicador
Ofrecer a los clientes nuevas presentaciones de empaque	Satisfacer las necesidades de los clientes a través de un producto bien empaquetado y que llegue en condiciones adecuadas para su consumo	Conectar directamente con los productores de embalaje	Gerente	Tiempo	\$	5 días	Productores de embalaje analizados
		Cerciorar las buenas prácticas en sus procesos	Gerente	Conocimiento	\$	10 días	Auditorías a los procesos
				Internet	\$10.000		
				Transporte	\$100.000		
				sueldo	\$		
		Negociar el transporte seguro y constante	Gerente	Tiempo	\$	2 días	Empresas analizadas de transportes domiciliarios
				Conocimiento	\$		
				Internet	\$		
				Transporte	\$ 40.000		
		Investigar sobre la evolución y variedades de embalaje que ofrece el mercado	Gerente	sueldo	\$	2 días	Informes de tipos de embalajes que ofrece el mercado
				Tiempo	\$		
				Conocimiento	\$		
				Internet	\$4.000		
				Transporte	\$		
				sueldo	\$		

Fuente: Autora 2020.

Tabla 29. PRODUCTO- Estrategia N. 3

Estrategias	Objetivos	Actividades	Responsables	Recursos		Tiempo	indicador
Ofrecer a los clientes el menor tiempo posible de entrega a domicilio	Satisfacer las necesidades de los clientes a través de un tiempo adecuado para la entrega del producto	Conectar directamente con las empresas domiciliarias	Gerente	Tiempo	\$	5 días	Empresas de transporte estudiadas
				Conocimiento	\$		
				Internet	\$10.000		
				Transporte	\$100.000		
				sueldo	\$		Informe de los vehículos
		Exigir el buen estado de los vehículos de transporte utilizados	Gerente	Tiempo	\$	10 días	
				Conocimiento	\$		
				Internet	\$20.000		
				Transporte	\$200.000		Verificar los tiempos de entrega establecidos
				sueldo	\$		
		Negociar el transporte, el tiempo y la calidad de la entrega	Gerente	Tiempo	\$	2 días	
				Conocimiento	\$30.000		
				Internet	\$		Revisión de informe
				Transporte	\$30.000		
				sueldo	\$30.000		
		Investigar sobre las demás empresas de transporte domiciliario	Gerente	Tiempo	\$	2 días	
				Conocimiento	\$		
				Internet	\$4.000		
				Transporte	\$		
				sueldo	\$		

Fuente: Autora 2020.

Tabla 30. PRECIO – Estrategia N. 1

Estrategias	Objetivos	Actividades	Responsables	Recursos		Tiempo	indicador
Ofrecer a los clientes varios paquetes de productos	Satisfacer la fidelidad de los clientes y mantener y/o aumentar nuestras ventas	Implementar los paquetes a ofrecer a nuestros clientes	Publicista	Tiempo	\$	4 días	Paquetes implementados
				Conocimiento	\$		
				Internet	\$8.000		
				Transporte	\$		Estrategias creadas
				sueldo	\$		
		Crear estrategias por días laborales y días festivos	Gerente	Tiempo	\$	30 días	
				Conocimiento	\$		
				Internet	\$60.000		
				Transporte	\$		
				sueldo	\$		Necesidades identificadas
		Identificar los días con más necesidades de alimentación tienen nuestros clientes	Contador	Tiempo	\$	30 días	
				Conocimiento	\$		
				Internet	\$60.000		
				Transporte	\$		
				sueldo	\$		Revisión de informe
		Verificar nuestros objetivos y metas constantemente con informes de retroalimentación	Contador	Tiempo	\$	1 días	
				Conocimiento	\$		
				Internet	\$2.000		
				Transporte	\$		
				sueldo	\$		

Fuente: Autora 2020.

Tabla 31. PRECIO – Estrategia N. 2

Estrategias	Objetivos	Actividades	Responsables	Recursos		Tiempo	indicador
Gestionar mejores precios de proveedores para tratar de disminuir el precio de los nuevos productos		Investigar sobre nuevos proveedores	Gerente	Tiempo	\$	4 días	Proveedores analizados
				Conocimiento	\$		
				Internet	\$8.000		
				Transporte	\$		
	Obtener nuevos clientes con mejores precios	Indagar sobre la calidad de los productos de materia prima necesarios para una producción más económica	Chef	sueldo	\$	30 días	Estudios realizados a materia prima
				Tiempo	\$		
				Conocimiento	\$		
				Internet	\$60.000		
		Identificar los cambios en las necesidades de los clientes	publicista	Transporte	\$	30 días	Necesidades identificadas
				sueldo	\$		
				Internet	\$60.000		
				Transporte	\$		
		Auditar nuestros productos y procesos constantemente	Gerente	sueldo	\$	1 días	Informe de auditorías revisados
				Tiempo	\$		
				Conocimiento	\$		
				Internet	\$2.000		
				Transporte	\$		
				sueldo	\$		

Fuente: Autora 2020.

Tabla 32. PRECIO – Estrategia N. 3

Estrategias	Objetivos	Actividades	Responsables	Recursos		Tiempo	indicador
Determinar y asignar presupuestos	Reducir los costos de producción al máximo y constantemente	Organizar un presupuesto	Contador	Tiempo	\$	1 días	Presupuesto adecuado a fin de mes
				Conocimiento	\$20.000		
				Internet	\$		
				Transporte	\$		
		Ejecutar los presupuestos de manera objetiva	Gerente	sueldo	\$80.000	30 días	Utilidades obtenidas
				Tiempo	\$		
				Conocimiento	\$ 40.0000		
				Internet	\$		
		Identificar las fugas económicas	Contador	Transporte	\$	3 días	Errores financieros identificados
				sueldo	\$		
				Tiempo	\$ 20.000		
				Conocimiento	\$		
				Internet	\$		
				Transporte	\$		
				sueldo	\$		
				Tiempo	\$		
		Contratar contador de manera staf	Gerente	Conocimiento	\$	1 días	Informes contables
				Internet	\$2.000		
				Transporte	\$		
				sueldo	\$80.000		

Fuente: Autora 2020.

Tabla 33. PROMOCIÓN – Estrategia N. 1

Estrategias	Objetivos	Actividades	Responsables	Recursos		Tiempo	indicador
Incursionar en las redes sociales con concursos que promuevan los alimentos cetogenicos ofrecidos	Dar a conocer los productos y nuestro modelo de alimentación	Crear cuentas oficiales en todas las redes sociales	Publicista	Tiempo	\$	1 días	Cuántas creadas
				Conocimiento	\$		
				Internet	\$2.000		
				Transporte	\$		
				sueldo	\$		Hashtag
		Definir un hashtag que nos identifique en redes sociales en todos nuestros movimientos virtuales	Gerente/ Publicista	Tiempo	\$	20 días	creado
				Conocimiento	\$		
				Internet	\$40.000		
				Transporte	\$		
				sueldo	\$		
		Seleccionar en las redes los sectores puntuales para determinada publicidad	Publicista	Tiempo	\$	60 días	Sectores seleccionados
				Conocimiento	\$		
				Internet	\$120.000		
				Transporte	\$		
				sueldo	\$		Promociones
		Crear promociones atreves de las redes constantes y de alto impacto	gerente	Tiempo	\$	4 días	afectivas creadas
				Conocimiento	\$		
				Internet	\$8.000		
				Transporte	\$		
				sueldo	\$		

Fuente: Autora 2020.

Tabla 34. PROMOCIÓN – Estrategia N. 2

Estrategias	Objetivos	Actividades	Responsables	Recursos		Tiempo	indicador
Asociar la empresa con otras empresas virtuales para la promoción de nuestros productos	Aprovechar las herramientas de las demás empresas	Crear estrategias de común acuerdo con las demás empresas	Gerente	Tiempo	\$	5 días	Alianzas creadas
		socias en la publicidad		Conocimiento	\$		
		Definir una unión con empresas	Gerente	Internet	\$	10 días	Alianzas creadas
		gancho para nuestros productos		Transporte	\$50.000		
		Asociar empresas de bebidas naturales	Gerente	sueldo	\$		
				Tiempo	\$	20 días	Sociedades establecida
				Conocimiento	\$		
				Internet	\$40.000		
				Transporte	\$50.000		Promociones lanzadas al mercado
				sueldo	\$		
		Crear promociones con otros sectores además del de comidas	Gerente	Tiempo	\$	4 días	
				Conocimiento	\$		
				Internet	\$8.000		
				Transporte	\$		
				sueldo	\$		

Fuente: Autora 2020.

Tabla 35. PROMOCIÓN – Estrategia N. 3

Estrategias	Objetivos	Actividades	Responsables	Recursos		Tiempo	indicador
Asociar la empresa a influencers locales	Aprovechar los seguidores de los influencers	Crear estrategias de común acuerdo con las influencers en la publicidad	Gerente	Tiempo	\$	5 días	Influencer asociados
				Conocimiento	\$		
				Internet	\$10.000		
				Transporte	\$		
		Definir estrategias de publicidad en sus plataformas	Gerente	sueldo	\$	10 días	Estrategias lanzadas
				Tiempo	\$		
				Conocimiento	\$		
				Internet	\$		
		Crear actividades de promoción a través de la vida de los influencers	gerente	Transporte	\$100.000	20 días	Actividades creadas
				sueldo	\$		
				Tiempo	\$		
				Conocimiento	\$		
		Crear frases que usen ellos a partir de nuestros productos ofrecidos	gerente	Internet	\$50.000	4 días	Medición de nuestros hastag en redes
				Transporte	\$100.000		
				sueldo	\$		
				Tiempo	\$		
				Conocimiento	\$		
				Internet	\$8.000		
				Transporte	\$		
				sueldo	\$		

Fuente: Autora 2020.

Tabla 36. PLAZA – Estrategia N.1

Estrategias	Objetivos	Actividades	Responsables	Recursos		Tiempo	indicador
Establecer canales de distribución para hacer más accesibles los productos al cliente	Aumentar nuestro número de clientes	Abrir cuentas en redes sociales	gerente	Tiempo	\$	1 días	Cuentas creadas
				Conocimiento	\$		
				Internet	\$2.000		
				Transporte	\$		
				sueldo	\$		
		Realizar eventos atreves de nuestras plataformas digitales	gerente	Tiempo	\$	4 días	Eventos realizados
				Conocimiento	\$		
				Internet	\$8.000		
				Transporte	\$		
				sueldo	\$		Estrategias implementadas
		Innovar en las estrategias a manejar en las redes sociales	gerente	Tiempo	\$	5 días	en redes
				Conocimiento	\$		
		Revisar las visitas por redes para fortalecer las más débiles	gerente	Internet	\$10.000		
				Transporte	\$		
				sueldo	\$		
				Tiempo	\$	1 días	Revisión de informe sobre las cuentas creadas en redes sociales
				Conocimiento	\$		
				Internet	\$2.000		
				Transporte	\$		
				sueldo	\$		

Fuente: Autora 2020.

Tabla 37. PLAZA – Estrategia N.2

Estrategias	Objetivos	Actividades	Responsables	Recursos	Tiempo	indicador
Establecer rutas específicas divididas en sectores del municipio	Disminuir el tiempo de entrega	Conocer el mapa de del municipio	gerente	Tiempo	\$	6 días Mapa en el establecimiento del municipio
				Conocimiento	\$	
				Internet	\$2.000	
				Transporte	\$30.000	
		Crear Mapas con vías estratégicas	gerente	sueldo	\$	4 días Mapas divididos creadas
				Tiempo	\$	
				Conocimiento	\$	
				Internet	\$8.000	
		Crear vías plan b en horas pico	gerente	Transporte	\$	5 días Vías creadas
				sueldo	\$	
				Tiempo	\$	
				Conocimiento	\$	
		Revisar constantemente el uso de las vías para mejorar los tiempos de entrega	gerente	Internet	\$10.000	Informe de las vías
				Transporte	\$	
				sueldo	\$	
				Tiempo	\$	
				Conocimiento	\$	
				Internet	\$	
				Transporte	\$40.000	
				sueldo	\$	

Fuente. Autora 2020.

Tabla 38. PLAZA – Estrategia N.3

Estrategias	Objetivos	Actividades	Responsables	Recursos		Tiempo	Indicador
Innovar en los medios de transporte para la entrega de domicilios	Disminuir el tiempo de entrega	Analizar la compra de drones para la entrega de los domicilios	Publicista	Tiempo	\$	180 días	Informe de los estudios
				Conocimiento	\$		
				Internet	\$60.000		
				Transporte	\$		
		Crear socios estratégicos para la compra de drones	gerente	sueldo	\$	4 días	Informe de posibles socios
				Tiempo	\$		
				Conocimiento	\$		
				Internet	\$8.000		
		Comparar las ventas con la utilidad para viabilidad de los drones	gerente	Transporte	\$100.000	5 días	Referentes contactados que trabajen con drones
				sueldo	\$		
				Tiempo	\$		
				Conocimiento	\$		
Estudiar la manera de ampliar los productos para hacer viable el uso de aparatos tecnológicos en la empresa	gerente	Internet	\$10.000	5 días	Informes de estudios		
		Transporte	\$				
		sueldo	\$				
		Tiempo	\$				
		Conocimiento	\$				
		Internet	\$				
		Transporte	\$40.000				
		sueldo	\$				

Fuente: Autora 2020.

6.2 Estrategia organizacional

Plataforma estratégica

MISIÓN: La misión de CETOFOOD es mejorar la calidad de vida de nuestros clientes de la ciudad de Ocaña N. de S., a través de una alimentación saludable con un enfoque cetogénico, reconstruyendo su calidad de vida y satisfaciendo sus expectativas con la mejor calidad y un servicio integro donde se sienta acompañado en el cumplimiento de sus objetivos alimenticios.

VISIÓN: La visión de CETOFOOD es consolidarse para el año 2023 como la empresa líder en alimentación saludable de la ciudad de Ocaña, contando con nuestro primer punto físico de la más alta tecnología para la manipulación de alimentos, logrando mantener nuestro estricto

control de calidad junto al mejor equipo calificado y seguir aportando bienestar a la ciudadanía Ocañera.

Políticas

Abastecimiento: desarrollar procesos de abastecimiento de bienes y servicios que incorporen criterios de calidad y costo, proporcionando a los proveedores un trato transparente y equitativo, fundamentado en la eficiencia y competitividad.

Comunicación: asegurar una comunicación transparente, oportuna, clara y coherente en ISA y sus empresas que contribuya al logro de la estrategia, fortalezca el relacionamiento con los públicos clave y preserve la buena reputación de las empresas.

Control: establecer los principios para el funcionamiento eficaz y eficiente del sistema de control que contribuya al logro de los objetivos organizacionales.

Gestión de activos: gestionar los activos con una visión integrada de su ciclo de vida, considerando la optimización del costo, el riesgo y su desempeño para lograr su máximo valor y contribuir a obtener los objetivos de manera sostenible.

Gestión humana: establecer los principios para atraer, desarrollar y retener el talento humano de CETOFOOD y sus empresas en un marco de relaciones de trabajo claras, respetuosas, equitativas y justas que generen un ambiente de confianza y el desarrollo integral en los aspectos humano, laboral y social.

Información y conocimiento: reconocer el valor estratégico de la información y el conocimiento en el desarrollo de los negocios, entendiéndolos como activos determinantes que

requieren ser conservados, protegidos y gestionados para lograr el mejoramiento empresarial, la construcción de sinergias y la continuidad de la operación CETOFOOD.

Salud y seguridad en el trabajo: proteger y preservar la salud y seguridad de los trabajadores, proveedores, terceros, visitantes y partes interesadas de la empresa, por medio de ambientes de trabajo seguros y saludables, el autocuidado y la aplicación de buenas prácticas de prevención.

Servicio: establecer los principios de actuación para la prestación de servicios de calidad, con oportunidad y a precios competitivos, orientados a satisfacer los clientes y construir relaciones de largo plazo.

Objetivos Corporativos

Consolidación organizacional: optimizar la estructura organizacional de CETOFOOD para que sea ágil y flexible a los cambios y enfrentar de manera eficiente el medio y la competencia.

Crecimiento: desarrollar una estrategia de excelencia y calidad en el servicio al cliente e innovar de acuerdo a las exigencias del mercado y de nuestros clientes.

Cubrimiento: reforzar la estructura de expansión en los próximos 3 años, para llegar a más personas de la región

Rentabilidad: uno de los objetivos más importantes para CETOFOOD, será diseñar estrategias que permitan mejorar los niveles de rentabilidad y retorno de la inversión total.

Desarrollo del talento humano: mejorar el nivel profesional de los colaboradores de la organización será un objetivo permanente en la empresa, ya que sabemos que un personal altamente capacitado y muy especializado en su área, se convertirá en un diferencial

Desarrollo tecnológico: el desarrollo tecnológico será un aliado en nuestro proceso de transformación, con el fin de brindar un mejor servicio al cliente que será una de nuestras ventajas competitivas.

Matriz DOFA

Análisis de Vulnerabilidad

La matriz DOFA es una herramienta que nos ayuda a determinar si la empresa está capacitada para competir y desenvolverse en el sector, es por esto que su uso en este proyecto se hace imprescindible y de gran importancia para poder desarrollar estrategias competitivas y de tendencias y poder fortalecer internamente la organización construyendo bases sólidas en cuanto a la competición en el mercado.

HOJA DE TRABAJO

Tabla 39. Hoja de trabajo

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1. Tendencias positivas a un cambio de vida más saludable	1. Aumentos de impuestos y aranceles a insumos de importación para la fabricación del producto final
2. Poca competencia directa mercado sin explorar	2. Poco control sobre la población diabética por parte de los entes de control de la salud
3. Posicionamiento efectivo	3. Falta de capacitación a pacientes diabéticos, sobre la importancia de una alimentación saludable
4. Bajo capital de inversión	4. Falta de conocimiento sobre nuevas tendencias de alimentación.
5. Innovación en el servicio 100% a domicilio	
6. Las personas permanecen más tiempo en casa por la pandemia	
7. Precios bajos de producción	

8. Infraestructura básica de un hogar común	5. Tradiciones y costumbres de la población ocañera.
9. Asociación con empresas de domicilio para prestar un servicio constante	
10. No necesita ubicación estratégica	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
1. Producto de muy alta calidad	1. Falta de infraestructura para la empresa
2. Integridad en el servicio	2. Débil red de distribución
3. Continuo asesoramiento al cliente	3. Falta de apoyo local por parte del estado.
4. Respuesta oportuna	4. escaso conocimientos de cocina
5. Acceso a las actualizaciones de nuestro producto a nivel mundial por internet	5. Endeudamiento
6. Ubicados en el centro geográfico del municipio	6. Personal capacitado
7. Poca inversión para iniciar	

Fuente: Autora 2020.

Análisis y Creación de Estrategias

Tabla 40. Matriz DOFA

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	1. posicionamiento efectivo 2. poca inversión financiera.	1. Falta de capacitación a pacientes diabéticos, sobre la importancia de una alimentación saludable. 2. Poco control sobre la población diabética por parte de los entes de control de la salud
FORTALEZAS 1. Continuo asesoramiento al cliente 2. Producto de muy alta calidad. 3. Integridad en el servicio	ESTRATEGIAS (F1O1) crear un plan de asesoramiento para hacer seguimiento a la evolución del estado de salud de los clientes - ampliar la gama de productos	ESTRATEGIAS (A1 F2) realizar un plan masivo de información didáctica y estratégica a través de redes sociales y medios de comunicación para dar a conocer todos los beneficios de la alimentación cetogénica
DEBILIDADES 1. Débil red de distribución	ESTRATEGIAS (O2 D1) iniciar procesos de alianzas estratégicas con entidades ya existentes para una mejor distribución y promoción de los productos	ESTRATEGIAS (A2F3) Diseñar base de datos propia donde se almacene toda la información de clientes sanos y con enfermedades

Fuente: Autora 2020.

Identificación de Puntuales

Los elementos puntuales sobre los cuales está la base de la idea de negocio son los siguientes:

- Calidad del producto
- Poca competencia directa
- Oportunidad de mejorar la calidad de vida del cliente
- Retorno rápido de la inversión
- Poca inversión financiera

Traducción de puntuales en amenazas y evaluación de consecuencias

¿Qué es lo peor que puede pasar si estos puntuales en algún momento se convierten en amenazas y debilidades?

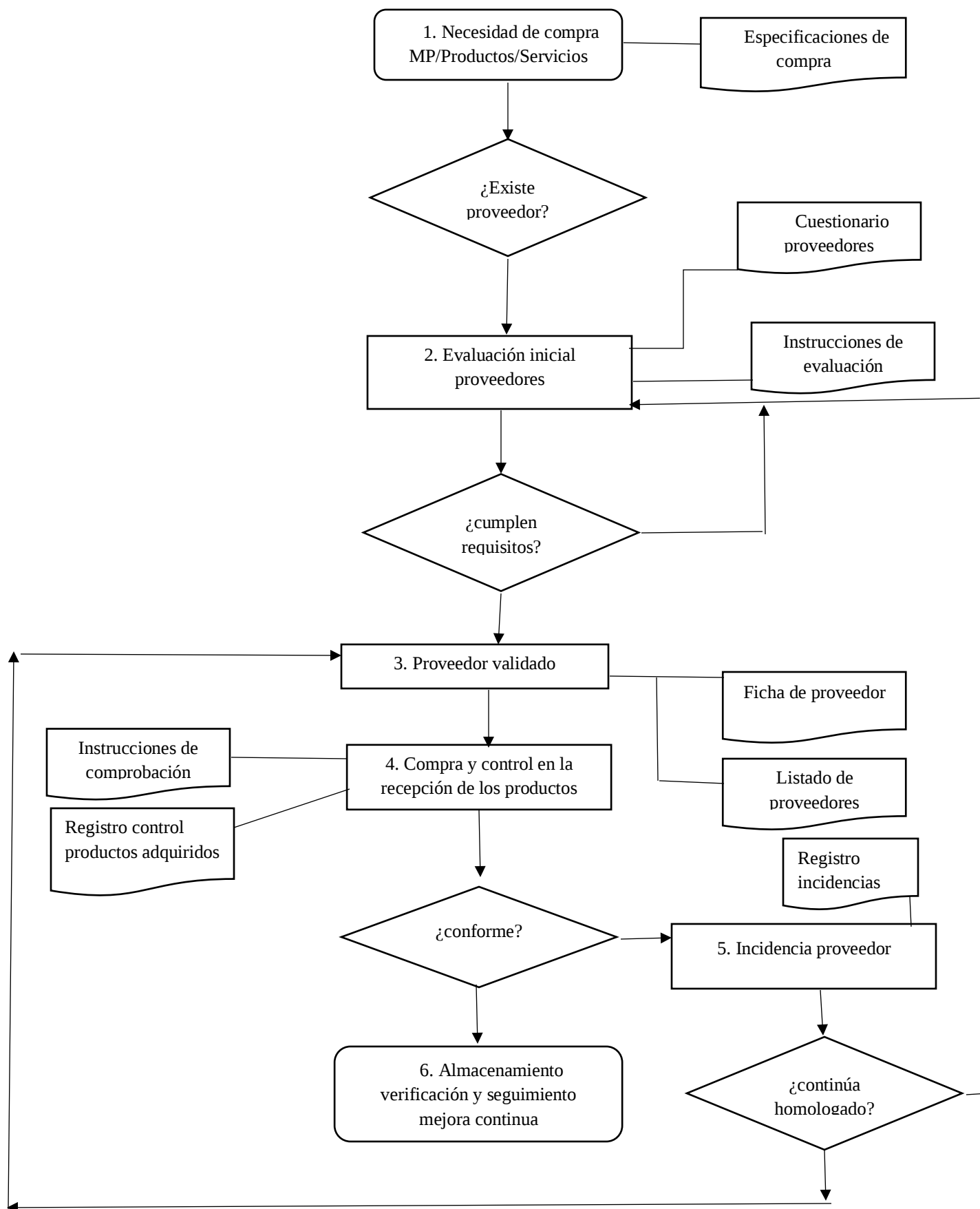
- Si la calidad del producto se ve afectada, perderemos participación en el mercado, la rentabilidad va a bajar, disminuirían las barreras para que nuevos competidores entren al sector.
- Si la competencia comienza a entrar al sector, se corre el riesgo de quedar desplazados, perder mercado, y participación en el mismo.
- Si los productos que ofertamos pierden su ventaja competitiva de aportar valor y bienestar a la calidad de vida de los consumidores, se perdería la esencia principal de este emprendimiento.
- Si se llega a estancar el ritmo del retorno de la inversión, las finanzas se verían afectadas, se requeriría más inversión de capital a una menor tasas de retorno, lo cual causaría crisis dentro de la empresa.

- Si la baja inversión requerida para iniciar el negocio, se ve afectada y puede incrementar, tendríamos que buscar opciones apalancamiento financiero, ya sea de bancos privados o de la ayuda de alianzas con socios.

6.3 Análisis de procesos organizacionales

Uno de los principales procesos que enmarcan el desarrollo de las actividades de la empresa es el proceso de evaluación de proveedores, para plasmar el proceso lo haremos a través de un diagrama de flujo.

Diagrama de flujo



Se identifican las necesidades y se procede a analizar las especificaciones de compra, se estudia las necesidades de un buen proveedor, con lo cual se analizan varios de ellos para ver las ofertas que tiene y poder elegir el mejor para el modelo de negocio, los que cumple los requisitos básicos de las necesidades actuales, ya sean calidad tiempos de entrega y disponibilidad del producto pasan a otra evaluación más profunda, luego de la selección se analizan el comportamientos de los productos adquiridos y se hacen auditorias para que cumplan con lo ofrecido y cumplan con la satisfacción de nuestros clientes, se hace una retroalimentación continua para una constante evaluación y seguir estudiando a nuestros posibles proveedores y mantener siempre estándares de calidad y precio estables.

7. Formulación y evaluación financiera

7.1 Estudio económico

Se procede a realizar un estudio económico para determinar la viabilidad de la generación de la idea de negocio, teniendo en cuenta diverso factor de incidencia como: la inversión; Para la ejecución de la presente idea de negocio, se contempla la adquisición de un préstamo por \$20.000.000 que permita junto con el capital inicial de \$10.000.000 contemplar el músculo financiero necesario para la puesta en marcha de la actividad económica, por consiguiente, se resalta que la ciudad de Ocaña, Norte de Santander es un punto económico de distribución para la costa colombiana y el noroccidente hacia Venezuela gracias a la ruta del sol, la cual, ocasiona que toda la producción agrícola pase por la ciudad, generando amplia variedad de esta materia prima a costos asequibles. De igual forma, en los últimos años la economía tiende a subir cada vez más, permitiendo que la población inmigrante se adapte al sistema económico y logre contribuir al desarrollo del sector; por ende, es viable la generación de un restaurante con ofertas nuevas y saludable para el consumo humano. El funcionamiento; La mano de obra calificada para este tipo de negocio es de fácil adquisición, puesto se cuenta, con el personal capacitado y con rutas de acceso factibles para la distribución del producto en la ciudad. La utilidad; se estima altos ingresos gracias, a los bajos costos adquiridos de la materia prima, donde se permita de forma eficiente y eficaz la rentabilidad requerida para la empresa.

7.2 Análisis CETOFOOD

PRESUPUESTO CONSOLIDADO		
INGRESOS	PLANEADO	COMENTARIOS
<i>Ingresos Operativos</i>	\$ 270,000,000.00	
KETO	\$ 59,040,000.00	
GARAM	\$ 51,360,000.00	
LASAÑA	\$ 60,480,000.00	
ALBONDIGAS	\$ 69,120,000.00	
SALDO	\$ 30,000,000.00	
Costos	PLANEADO	COMENTARIOS
<i>Costos Operativos</i>	\$ 166,104,000.00	
Producción	\$ 129,000,000.00	
Depreciación	\$ 2,760,000.00	
Envíos	\$ 600,000.00	
Impuestos	\$ 27,360,000.00	
Teléfono	\$ 720,000.00	
Internet	\$ 720,000.00	
Luz	\$ 2,472,000.00	
Gas	\$ 2,472,000.00	
Alquiler	\$ 0.00	
<i>Sueldos</i>	\$ 39,360,000.00	
CHEF	\$ 16,800,000.00	
AUX COCINA	\$ 14,400,000.00	
AUX CONTABLE	\$ 8,160,000.00	
<i>Gastos de Oficina</i>	\$ 21,400,000.00	
Gastos de administracion	\$ 1,000,000.00	
Prestamo	\$ 12,000,000.00	
Otros gastos	\$ 8,400,000.00	
	\$ 0.00	

RESUMEN	PLANEADO
Total Ingresos	\$ 270,000,000.00
Total Costos	\$ 226,864,000.00
Ingresos - Costos	\$ 43,136,000.00

Figura 19. Presupuesto de ingresos y costos consolidado para el 2020.

Fuente: Autora 2020.

Análisis: se observa la consolidación del ejercicio de la actividad económica planteada para el 2020 del restaurante, donde el pronóstico para los ingresos en correlación a los costos fue de \$ 43.136.000, demostrando con ello la rentabilidad de la empresa la cual fue constituida con \$30.0000.000, alcanzo así un margen de \$13.136.000 proporcional a los 12 meses siendo la \$1.095.000, cabe resaltar que el presupuesto es cálculo anticipado del coste de una obra o un servicio.

PLANEADO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Año
Ingresos Operativos	\$ 20.000.000,00	\$ 20.000.000,00	\$ 20.000.000,00	\$ 20.000.000,00	\$ 20.000.000,00	\$ 20.000.000,00	\$ 20.000.000,00	\$ 20.000.000,00	\$ 20.000.000,00	\$ 20.000.000,00	\$ 20.000.000,00	\$ 20.000.000,00	\$ 240.000.000,00
KETO	\$ 4.320.000	\$ 4.320.000	\$ 4.320.000	\$ 4.320.000	\$ 4.320.000	\$ 4.320.000	\$ 4.320.000	\$ 4.320.000	\$ 4.320.000	\$ 4.320.000	\$ 4.320.000	\$ 4.320.000	\$ 51.840.000,00
GARAM	\$ 4.280.000	\$ 4.280.000	\$ 4.280.000	\$ 4.280.000	\$ 4.280.000	\$ 4.280.000	\$ 4.280.000	\$ 4.280.000	\$ 4.280.000	\$ 4.280.000	\$ 4.280.000	\$ 4.280.000	\$ 51.360.000,00
LASAÑA	\$ 5.040.000	\$ 5.040.000	\$ 5.040.000	\$ 5.040.000	\$ 5.040.000	\$ 5.040.000	\$ 5.040.000	\$ 5.040.000	\$ 5.040.000	\$ 5.040.000	\$ 5.040.000	\$ 5.040.000	\$ 60.480.000,00
ALBONDIGAS	\$ 5.760.000	\$ 5.760.000	\$ 5.760.000	\$ 5.760.000	\$ 5.760.000	\$ 5.760.000	\$ 5.760.000	\$ 5.760.000	\$ 5.760.000	\$ 5.760.000	\$ 5.760.000	\$ 5.760.000	\$ 69.120.000,00
SALDO	\$ 30.000.000												\$ 30.000.000,00
Costos Operativos	\$ 13.842.000,00	\$ 13.842.000,00	\$ 13.842.000,00	\$ 13.842.000,00	\$ 13.842.000,00	\$ 13.842.000,00	\$ 13.842.000,00	\$ 13.842.000,00	\$ 13.842.000,00	\$ 13.842.000,00	\$ 13.842.000,00	\$ 13.842.000,00	\$ 166.104.000,00
Producción	\$ 10.750.000	\$ 10.750.000	\$ 10.750.000	\$ 10.750.000	\$ 10.750.000	\$ 10.750.000	\$ 10.750.000	\$ 10.750.000	\$ 10.750.000	\$ 10.750.000	\$ 10.750.000	\$ 10.750.000	\$ 129.000.000,00
Depreciación	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 2.760.000,00
Envíos	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 600.000,00
Impuestos	\$ 2.280.000	\$ 2.280.000	\$ 2.280.000	\$ 2.280.000	\$ 2.280.000	\$ 2.280.000	\$ 2.280.000	\$ 2.280.000	\$ 2.280.000	\$ 2.280.000	\$ 2.280.000	\$ 2.280.000	\$ 27.360.000,00
Teléfono	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 720.000,00
Internet	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 720.000,00
Luz	\$ 206.000	\$ 206.000	\$ 206.000	\$ 206.000	\$ 206.000	\$ 206.000	\$ 206.000	\$ 206.000	\$ 206.000	\$ 206.000	\$ 206.000	\$ 206.000	\$ 2.472.000,00
Gas	\$ 206.000	\$ 206.000	\$ 206.000	\$ 206.000	\$ 206.000	\$ 206.000	\$ 206.000	\$ 206.000	\$ 206.000	\$ 206.000	\$ 206.000	\$ 206.000	\$ 2.472.000,00
Alquiler	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Salarios	\$ 3.280.000,00	\$ 3.280.000,00	\$ 3.280.000,00	\$ 3.280.000,00	\$ 3.280.000,00	\$ 3.280.000,00	\$ 3.280.000,00	\$ 3.280.000,00	\$ 3.280.000,00	\$ 3.280.000,00	\$ 3.280.000,00	\$ 3.280.000,00	\$ 39.360.000,00
CHEF	\$ 1.400.000,00	\$ 1.400.000,00	\$ 1.400.000,00	\$ 1.400.000,00	\$ 1.400.000,00	\$ 1.400.000,00	\$ 1.400.000,00	\$ 1.400.000,00	\$ 1.400.000,00	\$ 1.400.000,00	\$ 1.400.000,00	\$ 1.400.000,00	\$ 16.800.000,00
AUXILIAR DE COCINA	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00	\$ 14.400.000,00
AUXILIAR CONTABLE	\$ 680.000,00	\$ 680.000,00	\$ 680.000,00	\$ 680.000,00	\$ 680.000,00	\$ 680.000,00	\$ 680.000,00	\$ 680.000,00	\$ 680.000,00	\$ 680.000,00	\$ 680.000,00	\$ 680.000,00	\$ 8.160.000,00
Gastos	\$ 2.200.000,00	\$ 2.200.000,00	\$ 1.700.000,00	\$ 1.700.000,00	\$ 1.700.000,00	\$ 1.700.000,00	\$ 1.700.000,00	\$ 1.700.000,00	\$ 1.700.000,00	\$ 1.700.000,00	\$ 1.700.000,00	\$ 1.700.000,00	\$ 21.400.000,00
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 1.000.000,00
PRESTAMO	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000,00
OTROS GASTOS	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 8.400.000,00
													\$ 0,00

Figura 20. Presupuesto de ingresos y costos discriminado para el 2020.

Fuente: Autora 2020.

Análisis: se contempla discriminadamente los ingresos, costos y gastos contemplados para la ejecución presupuestal del 2020 del restaurante, proporcional a la mano de obra calificada, los ingresos estimados, y los gastos causados para el periodo en curso, permitiendo con ello una rentabilidad como se observa en la Fig 02., donde se estima unos ingresos de \$270.000.000 y entre costos y gastos \$226.864.000, permitiendo con ello un alcance positivo para el flujo económico-financiero de la empresa.

Valores del préstamo		INTERESES	prestamo				
Monto	\$ 20.000.000		\$ 3.136.991				
Interes mensual	1,2%	Determinación costo de crédito					
Plazo en meses	24						
Cuota fija	\$ 964.041	Periodo	Intereses	Capital	Periodo	Intereses	Capital
		Año 1	\$ 2.282.990	\$ 9.285.505	AÑO 2	\$ 854.001	\$ 10.714.495
		Total	\$ 3.136.991	*****			

TABLA DE AMORTIZACION

N	CAPITAL INICIAL	CUOTA	TASA	INTERES	ABONO A CAPITAL	CAPITAL FINAL
0	\$ 20.000.000					\$ 20.000.000
1	\$ 20.000.000	\$ 964.041	1,20%	\$ 240.000	\$ 724.041	\$ 19.275.959
2	\$ 19.275.959	\$ 964.041	1,20%	\$ 231.312	\$ 732.730	\$ 18.543.229
3	\$ 18.543.229	\$ 964.041	1,20%	\$ 222.519	\$ 741.523	\$ 17.801.706
4	\$ 17.801.706	\$ 964.041	1,20%	\$ 213.620	\$ 750.421	\$ 17.051.286
5	\$ 17.051.286	\$ 964.041	1,20%	\$ 204.615	\$ 759.426	\$ 16.291.860
6	\$ 16.291.860	\$ 964.041	1,20%	\$ 195.502	\$ 768.539	\$ 15.523.321
7	\$ 15.523.321	\$ 964.041	1,20%	\$ 186.280	\$ 777.761	\$ 14.745.559
8	\$ 14.745.559	\$ 964.041	1,20%	\$ 176.947	\$ 787.095	\$ 13.958.465
9	\$ 13.958.465	\$ 964.041	1,20%	\$ 167.502	\$ 796.540	\$ 13.161.925
10	\$ 13.161.925	\$ 964.041	1,20%	\$ 157.943	\$ 806.098	\$ 12.355.827
11	\$ 12.355.827	\$ 964.041	1,20%	\$ 148.270	\$ 815.771	\$ 11.540.055
12	\$ 11.540.055	\$ 964.041	1,20%	\$ 138.481	\$ 825.561	\$ 10.714.495
13	\$ 10.714.495	\$ 964.041	1,20%	\$ 128.574	\$ 835.467	\$ 9.879.027
14	\$ 9.879.027	\$ 964.041	1,20%	\$ 118.548	\$ 845.493	\$ 9.033.534
15	\$ 9.033.534	\$ 964.041	1,20%	\$ 108.402	\$ 855.639	\$ 8.177.895
16	\$ 8.177.895	\$ 964.041	1,20%	\$ 98.135	\$ 865.907	\$ 7.311.989
17	\$ 7.311.989	\$ 964.041	1,20%	\$ 87.744	\$ 876.297	\$ 6.435.691
18	\$ 6.435.691	\$ 964.041	1,20%	\$ 77.228	\$ 886.813	\$ 5.548.878
19	\$ 5.548.878	\$ 964.041	1,20%	\$ 66.587	\$ 897.455	\$ 4.651.424
20	\$ 4.651.424	\$ 964.041	1,20%	\$ 55.817	\$ 908.224	\$ 3.743.199
21	\$ 3.743.199	\$ 964.041	1,20%	\$ 44.918	\$ 919.123	\$ 2.824.077
22	\$ 2.824.077	\$ 964.041	1,20%	\$ 33.889	\$ 930.152	\$ 1.893.924
23	\$ 1.893.924	\$ 964.041	1,20%	\$ 22.727	\$ 941.314	\$ 952.610
24	\$ 952.610	\$ 964.041	1,20%	\$ 11.431	\$ 952.610	\$ 0

Figura 21. Tabla de amortización.

Fuente: Autora 2020.

Análisis: para la generación de musculo financiero de la empresa, fue necesario un préstamo de \$20.000.0000 con una tasa de interés compuesto del 1,2%, en un periodo de 24 meses, causando así cada año \$11.766.648, proporcional siendo el valor total de los intereses para los dos años \$3.136.991, esto sumado a los \$10.000.000 de capital inicial permite una capacidad para el inicio de la empresa de \$30.000.000.

GASTOS DE CONSTITUCIÓN		VARIABLE	2020	2021	2022	2023	2024
Acta de constitución	\$ 4.500	PIB	1,03%	1,03%	1,03%	1,04%	1,04%
Registro mercantil	\$ 4.500	INFLACION	3,96%	3,90%	3,65%	3,35%	3%
Registro Cámara de Comercio	\$ 140.000	TASA IMPOSITIVA MERCADO	32%				
Estatutos tributarios	\$ 51.000	TASA DE INTERES	1,20%				
TOTAL	\$ 200.000						
GASTOS DE APERTURA		Recursos Propios	\$10.000.000	34%			
Compra de activos	\$ 7.059.100	Préstamo Bancario	\$20.000.000	66%			
Compra de insumos	\$ 10.400.000	TOTAL INVERSIÓN	\$30.000.000	PROM			
Nomina operacional	\$ 3.280.000	PLAN DE INVERSIÓN					
TOTAL	\$ 20.739.100						
GASTOS DE ADECUACIÓN							
Adecuación de la infraestructura y permisos de funcionamiento	\$ 1.000.000	GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS					
TOTAL	\$ 1.000.000	VARIABLE	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024
		INFLACIÓN		3,90%	3,65%	3,35%	3%
				1,032	1,0365	1,0335	1,03
TOTAL	\$ 21.939.100	SUELDO	\$ 8.400.000	\$ 8.668.800	\$ 8.985.211	\$ 9.286.216	\$ 9.564.802
		TOTAL	\$ 8.400.000	\$ 8.668.800	\$ 8.985.211	\$ 9.286.216	\$ 9.564.802
GASTOS							

Figura 22. Gastos para el 2020

Fuente: Autora 2020.

Análisis: se efectúan los gastos necesarios para la generación de ingresos posteriores capitalizables en el margen de rentabilidad para el 2020, siendo de \$200.000 para constitución, \$20.739.100 para apertura y \$1.000.000 para adecuación del establecimiento, considerando un total de \$21.939.100 para la puesta en marcha de la idea de negocio mensualmente, a su vez, se identifican gastos de administración y ventas por \$8.400.000 para el año en marcha 2020. Cabe acotar que se proyectan 4 años siguientes, teniendo en cuenta la tasa de inflación y la capacidad de crecimiento económico con el PIB.

AÑO 2018	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024
Inflación	3,96%	3,90%	3,65%	3,35%	3,00%
PIB	1,03	1,032	1,034	1,036	1,038
TOTAL	\$ 21.361.273	\$ 21.402.751	\$ 21.444.229	\$ 21.485.708	\$ 21.527.186
	\$ 21.361.273				
MANO DE OBRA	\$ 3.280.000				
MATERIA PRIMA	\$ 10.400.000				
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 7.059.100				
TOTAL	\$ 20.739.100				

Figura 23. Plan de compras para el 2020.

Fuente: Autora 2020.

Análisis: Como se puede observar en la hoja de cálculo número 5 de la base de datos de Excel (plan de compras), se detalla la mano de obra requerida, siendo (3) tres personas; los productos de la canasta familiar necesarios para la elaboración de los (4) cuatro platillo que están compuestos por (39) treinta y nueve ingredientes (general); además, la maquinaria y equipos a utilizar compuestos por (17) set y artefactos registrados y (124) ciento veinticuatro elementos de cocina, para al puesta en marcha de la elaboración de 2.000 platos mensualmente. El costo total de estos es de \$20.739.100 por el 1,03 inflacionario alcanzando \$21.361.273 para el 2020.

DESCRIPCIÓN	MARCA	CANTIDAD	VALOR EN LIBROS	VIDA UTIL (AÑOS)	DEPRECIACION
Estufa industrial	IMUSA	1	\$ 1.000.000	5	\$ 200.000
Horno microondas	IMUSA	1	\$ 435.000	5	\$ 87.000
Enfriador industrial	DAEWOO	1	\$ 1.330.000	5	\$ 266.000
Campana extractora	DAEWOO	1	\$ 680.000	5	\$ 136.000
Gramera	DAEWOO	1	\$ 155.900	3	\$ 51.967
Caja registradora	DAEWOO	1	\$ 860.420	3	\$ 286.807
Mueble para computador	PERTES	1	\$ 135.000	4	\$ 33.750
Mesa plastica	RIMAX	1	\$ 50.000	2	\$ 25.000
Juego de sartenes	IMUSA	1	\$ 300.000	2	\$ 150.000
Set de ollas	IMUSA	1	\$ 350.000	2	\$ 175.000
Set de cuchillos cerámicos	IMUSA	1	\$ 63.900	2	\$ 31.950
Set de utensilios de cocina	IMUSA	1	\$ 133.240	2	\$ 66.620
Set de vajilla	IMUSA	1	\$ 225.000	2	\$ 112.500
Estante para alimentos	PERTES	2	\$ 140.000	2	\$ 70.000
Set de escoba, recogedor, traperos	PERTES	1	\$ 30.000	1	\$ 30.000
Uniformes antifluido empleados	MARATTA	4	\$ 720.640	1	\$ 720.640
Licuada industrial	IMUSA	1	\$ 450.000	2	\$ 225.000
TOTAL					\$ 2.668.233

Figura 24. Depreciación del 2020

Fuente: Autora 2020.

Análisis: se procedió a generar la respectiva depreciación de cada una de las maquinarias y equipos implementados para el desarrollo eficiente y efectivo de los 2.000 platillos mensuales y 24.000 anuales, alcanzo una depreciación para el año 2020 de \$2.668.23, efectuando así una correlación con el precio en e mercado de cada una de estas herramientas y garantizando el cuidado de los insumos a utilizar para la ejecución de la idea de negocio.

PLATILLO 1 KETO			PLATILLO 2 GARAM			PLATILLO 3 LASAÑA			PLATILLO 4 ALBOMDGAS		
Mes	Unidades	Tendencias de consumo				Mes	Unidades	Tendencias de consumo	Mes	Unidades	Tendencias de consumo
Enero	492	8.3%	Unidades:	24.000		Enero	428	8.3%	Enero	504	8.3%
Febrero	492	8.3%	Precio:	\$ 10.000		Febrero	428	8.3%	Febrero	504	8.3%
Marzo	492	8.3%				Marzo	428	8.3%	Marzo	504	8.3%
Abril	492	8.3%				Abril	428	8.3%	Abril	504	8.3%
Mayo	492	8.3%				Mayo	428	8.3%	Mayo	504	8.3%
Junio	492	8.3%				Junio	428	8.3%	Junio	504	8.3%
Julio	492	8.3%				Julio	428	8.3%	Julio	504	8.3%
Agosto	492	8.3%				Agosto	428	8.3%	Agosto	504	8.3%
Septiembre	492	8.3%				Septiembre	428	8.3%	Septiembre	504	8.3%
Octubre	492	8.3%				Octubre	428	8.3%	Octubre	504	8.3%
Noviembre	492	8.3%				Noviembre	428	8.3%	Noviembre	504	8.3%
Diciembre	492	8.3%				Diciembre	428	8.3%	Diciembre	504	8.3%
TOTAL	5.904	100%				TOTAL	5.136	100%	TOTAL	6.048	100%

CÉDULA #1: VENTAS EN UNIDADES PRIMER AÑO

Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL	24000
PLATILLO 1	492	492	492	492	492	492	492	492	492	492	492	492	5904	
PLATILLO 2	428	428	428	428	428	428	428	428	428	428	428	428	5136	
PLATILLO 3	504	504	504	504	504	504	504	504	504	504	504	504	6048	
PLATILLO 4	576	576	576	576	576	576	576	576	576	576	576	576	6912	

CÉDULA #2: VENTAS EN PESOS PRIMER AÑO

Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL	\$ 240.000.000
PLATILLO 1	\$ 4.920.000	\$ 4.920.000	\$ 4.920.000	\$ 4.920.000	\$ 4.920.000	\$ 4.920.000	\$ 4.920.000	\$ 4.920.000	\$ 4.920.000	\$ 4.920.000	\$ 4.920.000	\$ 4.920.000	\$ 59.040.000	
PLATILLO 2	\$ 4.280.000	\$ 4.280.000	\$ 4.280.000	\$ 4.280.000	\$ 4.280.000	\$ 4.280.000	\$ 4.280.000	\$ 4.280.000	\$ 4.280.000	\$ 4.280.000	\$ 4.280.000	\$ 4.280.000	\$ 51.360.000	
PLATILLO 3	\$ 5.040.000	\$ 5.040.000	\$ 5.040.000	\$ 5.040.000	\$ 5.040.000	\$ 5.040.000	\$ 5.040.000	\$ 5.040.000	\$ 5.040.000	\$ 5.040.000	\$ 5.040.000	\$ 5.040.000	\$ 60.480.000	
PLATILLO 4	\$ 5.760.000	\$ 5.760.000	\$ 5.760.000	\$ 5.760.000	\$ 5.760.000	\$ 5.760.000	\$ 5.760.000	\$ 5.760.000	\$ 5.760.000	\$ 5.760.000	\$ 5.760.000	\$ 5.760.000	\$ 69.120.000	

Figura 25. Cantidad de platillos y ventas para el 2020

Fuente: Autora 2020.

Análisis: se contempla la producción de 2.000 platillos mensuales, divididos en 492 de KETO, 428 de GARAM, 504 de LASAÑA y 576 de ALBONDIGAS, con un costo igualitario de \$10.000, alcanzando así unos ingresos para el 2020 de \$240.000.000, con la elaboración de 24.000 platos de comida, permitiendo una rentabilidad y solvencia en la ejecución empresarial de la actividad económica y la generación un crecimiento económico inversionista.

CÉDULA #3: PROYECCIÓN DE VENTAS EN UNIDADES EN LOS PRÓXIMOS 5 AÑOS						
Producto	2020	2021	2022	2023	2024	
PLATILLO 1	5904	6093	6300	6527	6775	PIB
PLATILLO 2	5136	5300	5481	5678	5894	
PLATILLO 3	6048	6242	6454	6686	6940	
PLATILLO 4	6912	7133	7376	7641	7932	
TOTALES	24000	24768	25610	26532	27540	
CÉDULA #4: PRECIO DE VENTA UNITARIO PROYECTADO						
Producto	2020	2021	2022	2023	2024	
PLATILLO 1	\$ 10.000	\$ 10.320	\$ 10.671	\$ 11.055	\$ 11.475	INFLACION
PLATILLO 2	\$ 10.000	\$ 10.320	\$ 10.671	\$ 11.055	\$ 11.475	
PLATILLO 3	\$ 10.000	\$ 10.320	\$ 10.671	\$ 11.055	\$ 11.475	
PLATILLO 4	\$ 10.000	\$ 10.320	\$ 10.671	\$ 11.055	\$ 11.475	
CÉDULA #5: VENTAS TOTALES POR AÑO						
Producto	2020	2021	2022	2023	2024	
PLATILLO 1	\$ 59.040.000	\$ 62.879.017	\$ 67.227.478	\$ 72.154.984	\$ 77.742.954	
PLATILLO 2	\$ 51.360.000	\$ 54.699.633	\$ 58.482.440	\$ 62.768.969	\$ 67.630.049	
PLATILLO 3	\$ 60.480.000	\$ 64.412.652	\$ 68.867.173	\$ 73.914.861	\$ 79.639.124	
PLATILLO 4	\$ 69.120.000	\$ 73.614.459	\$ 78.705.340	\$ 84.474.127	\$ 91.016.141	
TOTAL	\$ 240.000.000	\$ 255.605.760	\$ 273.282.432	\$ 293.312.941	\$ 316.028.268	
CÉDULA #6: VENTAS TOTALES EN UNIDADES						
Producto	2020	2021	2022	2023	2024	
TOTAL	24000	24768	25610	26532	27540	
CÉDULA #7: VENTAS TOTALES EN PESOS						
Producto	2020	2021	2022	2023	2024	
TOTAL	\$ 240.000.000	\$ 255.605.760	\$ 273.282.432	\$ 293.312.941	\$ 316.028.268	

Figura 26. Proyección de la Cantidad de platillos y ventas.

Fuente: Autora 2020.

Análisis: se contempla producir 24.000 platillos en el primer año de la puesta en marcha en la idea de negocio, con una proyección a los 4 años siguientes de 27.540, empezando con un precio a la venta de \$10.000 y finalizando en \$11.475, contemplando el margen de inflación de los siguientes años y percibir las estrategias adecuadas para el incremento económico para estar a la vanguardia de la decisiones correctivas para la capitalización del recurso económico, que permite lograr unos ingresos de \$240.000.000 de la totalidad de los cuatros platillos ofertados.

COSTOS								
ENSALADA KETO ASIATICA					MANO DE OBRA DIRECTA-KETO ASIATICO			
Descripción	Unidad de medida	Consumo	Valor unitario	Valor total	DESCRIPCION	TIEMPO DE FABRICACION	ASIGNACION	VALOR
MAYONESA	grs	0,0001	\$ 5.000	\$ 1	Chef	1	\$ 1.400.000	\$ 175
ACEITE SESAMO	lt	0,01	\$ 6.000	\$ 60	Aux cocina	1	\$ 1.200.000	\$ 150
LIMON	grs	0,001	\$ 2.000	\$ 2	Aux de contable	1	\$ 680.000	\$ 85
SAL	grs	0,01	\$ 2.000	\$ 20	TOTAL		\$ 3.280.000	\$ 410
PIMIENTA	grs	0,0001	\$ 5.000	\$ 1	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION-KETO ASIATICO			
ACEITE DE OLIVA	litros	0,01	\$ 7.440	\$ 74	Descripción	Consumo	ASIGNACION MES	Valor total
SALSA DE PESCADO	lt	0,001	\$ 12.000	\$ 12	Agua	0,1	\$ 200.000	\$ 10
JENJIBRE	grs	0,01	\$ 8.000	\$ 80	Luz	0,1	\$ 200.000	\$ 10
HOJUELAS DE AJI	grs	0,001	\$ 2.500	\$ 3	Gas	0,03	\$ 200.000	\$ 3
BIFES DE CHORIZO	grs	1	\$ 3.800	\$ 3.800	Teléfono	0,7	\$ 60.000	\$ 21
TOMATES CHERRY	grs	0,1	\$ 5.000	\$ 500	INTERNET	0,1	\$ 60.000	\$ 3
PEPINOS	grs	0,1	\$ 3.000	\$ 300	Papel de cocina y Bolsas	0,1	\$ 54.000	\$ 3
LECHUGA	grs	0,001	\$ 8.000	\$ 8	Envío	2	\$ 50.000	\$ 50
CEBOLLA MORADA	grs	0,1	\$ 1.500	\$ 150	TOTAL		\$ 824.000	\$ 103
TOTAL			\$ 71.240	\$ 5.010				
CEDULA #8 COSTO UNITARIO ENSALADA KETO					COSTOS			GANANCIA
2020	2021	2022	2023	2024				
\$ 5.689	\$ 5.871	\$ 6.070	\$ 6.289	\$ 6.528	PROYECCION VENTAS 2020	\$ 59.040.000	\$ 25.454.582	
CEDULA #9 COSTOS TOTALES ENSALADA KETO								
2020	2021	2022	2023	2024				
\$ 33.585.418	\$ 34.660.151	\$ 35.838.596	\$ 37.128.786	\$ 38.539.679				

Figura 27. Costos del platillo N°1 Ensalada de Keto Asiática

Fuente: Autora 2020.

Análisis: para la elaboración de este platillo se contempla una materia prima de \$5.010, una mano de obra por \$410 y un costo indirecto de fabricación por \$103, alcanzado un costo unitario de \$5.523; para un precio de venta al consumidor de \$10.0000 y una proyección anual de 5904 platos de producción, logrando con ello para el 2020 unos costos de producción de \$33.585.418 proyectado a unos ingresos de \$59.040.000 alcanzo una utilidad del platillo de \$25.454.582, por consiguiente, se contribuye a la generación de ganancias considerables para la puesta en marcha de la empresa.

COSTOS								
GARAM MASALA DE POLLO AL HORNO					MANO DE OBRA DIRECTA- GARAM			
Descripción	Unidad de medida	Consumo	Valor unitario	Valor total	DESCRIPCION	TIEMPO DE FABRICACION/	ASIGNACION	VALOR
PECHUGA DE POLLO	grs	1	\$ 3.800	\$ 3.800	Chef	1	\$ 1.400.000	\$ 175
MANTEQUILLA	grs	0,3	\$ 4.000	\$ 1.200	Aux contable	1	\$ 1.200.000	\$ 150
PIMENTON	grs	0,1	\$ 1.500	\$ 150	Aux de cocina	1	\$ 680.000	\$ 85
CREMA DE COCO	lt	0,01	\$ 5.000	\$ 50	TOTAL		\$ 3.280.000	\$ 410
PEREJIL	grs	0,01	\$ 2.600	\$ 26	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION-KETO ASIATICO			
COMINO MOLIDO	grs	0,01	\$ 1.500	\$ 15	Descripción	Consumo	ASIGNACION MES	Valor total
CARDAMOMO	grs	0,02	\$ 1.500	\$ 30	Agua	0,1	\$ 200.000	\$ 10
CURCUMA	grs	0,001	\$ 1.500	\$ 2	Luz	0,1	\$ 200.000	\$ 10
NUEZ MOSCADA	grs	0,1	\$ 1.100	\$ 110	Gas	0,03	\$ 200.000	\$ 3
HOJUELAS DE AJI	grs	0,1	\$ 2.500	\$ 250	Telefono	0,7	\$ 60.000	\$ 21
				\$ -	INTERNET	0,1	\$ 60.000	\$ 3
				\$ -	Papel de cocina y Bolsas	0,1	\$ 54.000	\$ 3
				\$ -	Envio	2	\$ 50.000	\$ 50
				\$ -	TOTAL		\$ 824.000	\$ 103
TOTAL			\$ 25.000	\$ 5.633				
CEDULA #10 COSTO UNITARIO GARAM					COSTOS			
2020	2021	2022	2023	2024		\$ 32.510.187	GANANCIA	
\$ 6.330	\$ 6.532	\$ 6.795	\$ 6.998	\$ 7.264	PROYECCION VENTAS 2020	\$ 51.360.000	\$ 18.849.813	
CEDULA #11 COSTOS TOTALES GARAM								
2020	2021	2022	2023	2024				
\$ 32.510.187	\$ 33.550.513	\$ 34.691.230	\$ 35.940.114	\$ 37.305.839				

TOTAL MP	\$ 5.633
TOTAL MOD	\$ 410
TOTAL CIF	\$ 103
COSTO TOTAL	\$ 6.146
VALOR DEL PLATO	\$ 10.000

Producto	TOTAL
KETO	5904
GARAM	5136
PLATILLO 3	6048
PLATILLO 4	6912

Figura 28. Costos del platillo N°2 Garam Masala de pollo al horno

Fuente: Autora 2020.

Análisis: para la elaboración de este platillo se contempla una materia prima de \$5.633, una mano de obra por \$410 y un costo indirecto de fabricación por \$103, alcanzado un costo unitario de \$6.146; para un precio de venta al consumidor de \$10.0000 y una proyección anual de 5136 platos de producción, logrando con ello para el 2020 unos costos de producción de \$32.510.187 proyectado a unos ingresos de \$51.360.000 alcanzo una utilidad del platillo de \$18.849.813, por consiguiente, se contribuye a la generación de ganancias considerables para la puesta en marcha de la empresa.

COSTOS								
LASAÑA BOSSIES					MANO DE OBRA DIRECTA- LASAÑA			
Descripción	Unidad de medida	Consumo	Valor unitario	Valor total	DESCRIPCION	TIEMPO DE FABRICACION/	ASIGNACION	VALOR
CEBOLLA MORADA	grs	0,6	\$ 1.500	\$ 900	Chef	1	\$ 1.400.000	\$ 175
AJO	grs	0,003	\$ 3.800	\$ 11	Aux contable	1	\$ 1.200.000	\$ 150
CARNE MOLIDA	grs	1	\$ 3.100	\$ 3.100	Aux de cocina	1	\$ 680.000	\$ 85
ACEITE DE OLIVA	lt	0,01	\$ 7.440	\$ 74	TOTAL		\$ 3.280.000	\$ 410
ALBAHACA SECA	grs	0,01	\$ 1.410	\$ 14	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION-KETO ASIATICO			
OREGANO SECO	grs	0,01	\$ 1.200	\$ 12	Descripción	Consumo	ASIGNACION MES	Valor total
CONCENTRADO DE TOMATE	grs	0,02	\$ 3.700	\$ 74	Agua	0,1	\$ 200.000	\$ 10
SAL	grs	0,1	\$ 2.000	\$ 200	Luz	0,1	\$ 200.000	\$ 10
PIMIENTA	grs	0,01	\$ 5.000	\$ 128	Gas	0,03	\$ 200.000	\$ 3
QUESO MOSARELLA	grs	0,1	\$ 12.800	\$ 530	Teléfono	0,7	\$ 60.000	\$ 21
QUESO CREMA	lt	0,01	\$ 5.300	\$ 53	INTERNET	0,1	\$ 60.000	\$ 3
			\$ -	\$ -	Papel de cocina y Bolsas	0,1	\$ 54.000	\$ 3
			\$ -	\$ -	Envío	2	\$ 50.000	\$ 50
			\$ -	\$ -	TOTAL		\$ 824.000	\$ 103
TOTAL			\$ 47.250	\$ 5.097				
CEDULA #12 COSTO UNITARIO LASAÑA					COSTOS			GANANCIA
2020	2021	2022	2023	2024		\$ 34.946.535		
\$ 5.778	\$ 5.963	\$ 6.166	\$ 6.388	\$ 6.631	PROYECCION VENTAS 2020	\$ 60.480.000	\$ 25.533.465	
CEDULA #13 COSTOS TOTALES LASAÑA								
2020	2021	2022	2023	2024				
\$ 34.946.535	\$ 36.064.825	\$ 37.291.029	\$ 38.633.506	\$ 40.101.579				

Figura 29. Costos del platillo N°3.Lasaña BOSSIES

Fuente: Autora 2020.

Análisis: para la elaboración de este platillo se contempla una materia prima de \$5.097, una mano de obra por \$410 y un costo indirecto de fabricación por \$103, alcanzado un costo unitario de \$5.610; para un precio de venta al consumidor de \$10.0000 y una proyección anual de 6048 platos de producción, logrando con ello para el 2020 unos costos de producción de \$34.946.535 proyectado a unos ingresos de \$60.480.000 alcanzo una utilidad del platillo de \$25.533.465, por consiguiente, se contribuye a la generación de ganancias considerables para la puesta en marcha de la empresa.

COSTOS				
ALBONDIGAS SUECAS				
Descripción	Unidad de medida	Consumo	Valor unitario	Valor total
CEBOLLA MORADA	grs	0,3	\$ 1500	\$ 450
AJO	grs	0,0001	\$ 3.800	\$ 0
COUFLOL	grs	1	\$ 3.300	\$ 3.300
QUESO CREMA	lt	0,01	\$ 5.300	\$ 53
HUEVOS	Carton	0,01	\$ 7.500	\$ 75
PIMIENTA DE JAMAICA	grs	0,01	\$ 7.340	\$ 73
SALSA DE SOJA TAJARI	lt	0,1	\$ 8.400	\$ 840
SAL	grs	0,1	\$ 2.000	\$ 200
PIMIENTA	grs	0,01	\$ 5.000	\$ 98
ARANDANOS ROJOS	grs	0,001	\$ 9.800	\$ 4
AJO	grs	0,01	\$ 3.800	\$ 38
				\$ -
				\$ -
				\$ -
TOTAL			\$ 57.740	\$ 5.132

MANO DE OBRA DIRECTA- ALBONDIGAS			
DESCRIPCION	TIEMPO DE FABRICACION/	ASIGNACION	VALOR
Chef	1	\$ 1400.000	\$ 175
Aux cocina	1	\$ 1200.000	\$ 150
Aux de contable	1	\$ 680.000	\$ 85
TOTAL		\$ 3.280.000	\$ 410

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION-KETO ASIATICO			
Descripción	Consumo	ASIGNACION MES	Valor total
Agua	0,1	\$ 200.000	\$ 10
Luz	0,1	\$ 200.000	\$ 10
Gas	0,03	\$ 200.000	\$ 3
Telefono	0,7	\$ 60.000	\$ 21
INTERNET	0,1	\$ 60.000	\$ 3
Papel de cocina y Bolsas	0,1	\$ 54.000	\$ 3
Envio	2	\$ 50.000	\$ 50
TOTAL		\$ 824.000	\$ 103

TOTAL MP	\$ 5.132
TOTAL MOO	\$ 410
TOTAL CIF	\$ 103
COSTO TOTAL	\$ 5.645
VALOR DEL PALTO	\$ 10.000

Producto	TOTAL
KETO	5904
GARAM	5136
LASANA	6048
ALBONDIGAS	6912

CEDULA #14 COSTO UNITARIO ALBONDIGAS				
2020	2021	2022	2023	2024
\$ 5.814	\$ 6.000	\$ 6.204	\$ 6.427	\$ 6.672

CEDULA #15 COSTOS TOTALES ALBONDIGAS				
2020	2021	2022	2023	2024
\$ 40.185.737	\$ 41.471.743	\$ 42.881.782	\$ 44.425.526	\$ 46.113.696

COSTOS	\$ 40.185.737	GANANCIA
PROYECCION VENTAS 2020	\$ 63.120.000	\$ 28.934.203

Figura 30. Costos del platillo N°4. Albomdigas Suecas

Fuente: Autora 2020.

Análisis: para la elaboración de este platillo se contempla una materia prima de \$5.132, una mano de obra por \$410 y un costo indirecto de fabricación por \$103, alcanzado un costo unitario de \$5.645; para un precio de venta al consumidor de \$10.0000 y una proyección anual de 6912 platos de producción, logrando con ello para el 2020 unos costos de producción de \$40.185.797 proyectado a unos ingresos de \$69.120.000 alcanzo una utilidad del platillo de \$28.934.203 , por consiguiente, se contribuye a la generación de ganancias considerables para la puesta en marcha de la empresa.

CEDULA #16 COSTOS MOD KETO					CEDULA #21CIF KETO					CEDULA #27 CIF KETO				
2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
\$410	\$423	\$431	\$453	\$470	\$103	\$106	\$110	\$114	\$116	\$5.010	\$5.170	\$5.346	\$5.530	\$5.749
CEDULA #17 COSTOS MOD CAZUELA DE GARAM					CEDULA #22 CIF CAZUELA DE GARAM					CEDULA #28 CIF CAZUELA DE GARAM				
2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
\$410	\$423	\$431	\$453	\$470	\$103	\$106	\$110	\$114	\$116	\$5.632	\$5.812	\$6.000	\$6.227	\$6.463
CEDULA #19 COSTOS MOD PEZ LASAÑA					CEDULA #23 CIF PEZ LASAÑA					CEDULA #29 CIF PEZ LASAÑA				
2020	2021	2022	2023	2024		2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
\$410	\$423	\$431	\$453	\$470	\$103	\$106	\$110	\$114	\$116	\$5.097	\$5.260	\$5.429	\$5.635	\$5.849
CEDULA #18 COSTOS MOD CHIGUIRO ALBONDIGAS					CEDULA #24 CIF CHIGUIRO ALBONDIGAS					CEDULA #30 CIF CHIGUIRO ALBONDIGAS				
2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
\$410	\$423	\$431	\$453	\$470	\$103	\$106	\$110	\$114	\$116	\$5.132	\$5.296	\$5.476	\$5.673	\$5.889
CEDULA #19 TOTAL COSTOS MOD					CEDULA #25 TOTAL CIF					CEDULA #31 TOTAL CIF				
2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
\$1.619	\$1.743	\$1.802	\$1.967	\$1.928	\$424	\$431	\$453	\$469	\$487	\$21.497	\$22.115	\$22.839	\$23.715	\$24.660
MANO DE OBRA					COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION					MATERIA PRIMA				
CHEF	1	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000		Descripción	Valor TOTAL				Descripción	PRODUCCION	VALOR TOTAL	TOTAL	
AUXILIAR COCINA	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000		Aguo	\$	200.000			KETO	492	\$ 5.010	\$	2.464.071
AUX DE CONTABLE	1	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 40.540.800	Luz	\$	200.000			GARAM	428	\$ 5.633	\$	2.410.710
TOTAL		\$ 3.378.400	\$	40.540.800	Gas	\$	200.000			LASAÑA	594	\$ 5.097	\$	2.568.838
CEDULA #20 COSTO ANUAL MOD					Teléfono	\$	60.000			ALBONDIGAS	576	\$ 5.132	\$	2.455.790
VARIABLE	3,90%	3,85%	3,35%	3%	INTERNET	\$	60.000							
Inflación/PIB	1,032	1,034	1,036	1,038	Papel de cocina y balar	\$	54.000							
2020	2021	2022	2023	2024	Envío	\$	50.000	\$ 10.104.640						\$ 121.546.577
\$40.540.800	\$41.839.106	\$43.260.640	\$44.817.993	\$46.521.066	TOTAL	\$	848.720	\$ 10.104.640		TOTAL	\$ 2.400	\$ 20.871	\$ 10.712.215	\$ 121.546.577
CEDULA #24 CIF ANUAL					CEDULA #32 CIF ANUAL					CEDULA #32 CIF ANUAL				
VARIABLE	3,90%	3,85%	3,35%	3%	VARIABLE	3,90%	3,85%	3,35%	3%	VARIABLE	3,90%	3,85%	3,35%	3%
Inflación/PIB	1,032	1,034	1,036	1,038	Inflación/PIB	1,032	1,034	1,036	1,038	Inflación/PIB	1,032	1,034	1,036	1,038
2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
\$10.104.640	\$10.510.540	\$10.867.907	\$11.259.152	\$11.687.000	\$10.104.640	\$10.510.540	\$10.867.907	\$11.259.152	\$11.687.000	\$128.546.577	\$132.660.067	\$137.170.510	\$142.108.640	\$147.508.777

Figura 31. Costos de producción para el 2020.

Fuente: Autora 2020.

Análisis: se contempla para el 2020 unos costos comprendidos para la producción de los cuatro platillos ofertados de \$141.227.939 para la producción de 24.000 platos de comida, alcanzado una utilidad de \$98.772.063 anual y proporcional mensualmente de \$11.768.995 con relación a los \$20.000.000 invertidos logrando \$8.231.005 de utilidades periódicas, en relación con la inflación de 1,03 discriminada para la contribución a la toma de decisiones.

BALANCE INICIAL 15 DE ENERO 2020			
RESTAURANTE CETOFOOD			
ACTIVOS	\$ 21,939,100	PASIVO	\$ 21,200,000
		Constitucion	\$ 1,200,000
Activo corriente	\$ 14,880,000	Obligación financiera	\$ 20,000,000
Caja	\$ 3,280,000	PATRIMONIO	739,100
Inventario	\$ 10,400,000		
Gastos preoperativo	\$ 1,200,000	Capital	739,100
Activos fijos	\$ 7,059,100		
Maquinaria y equipo	\$ 7,059,100	TOTAL PASIVO Y PATRIMON	21,939,100

Figura 32. Balance inicial para el 2020.

Fuente: Autora 2020.

Análisis: Se proyectó unos movimientos financieros de \$21,939.100 para la puesta en marcha de la unidad productiva del restorán, permitiendo, con ello tener una solvencia económica en caja de \$3.280.000, unas maquinarias de \$7.059.000 y una deuda de \$20.000.000. En relación al capital pactado desde un comienzo de \$30.000.000, el dinero faltante se encuentra destinado para la solvencia económica de los 3 primeros meses y decisiones inmediatas, que lleguen afectar el flujo de la empresa, generando con ello un musculo financiero de prevención.

ESTADO DE RESULTADOS RESTAURANTE CETOFOOD Periodos del 2020 al 2024					
	2020	2021	2022	2023	2024
INGRESOS	\$ 240,000,00	\$ 247,680,00	\$ 256,101,12	\$ 265,320,76	\$ 275,402,94
(-) COSTOS	\$ 141,146,36	\$ 145,663,04	\$ 150,615,58	\$ 156,037,74	\$ 161,967,18
UTILIDAD BRUTA	\$ 98,853,639	\$ 102,016,95	\$ 105,485,53	\$ 109,283,01	\$ 113,435,76
(-) GASTOS ADMIN Y VENTAS	\$ 8,400,000	\$ 8,668,800	\$ 8,963,539	\$ 9,286,227	\$ 9,639,103
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 90,453,639	\$ 93,348,155	\$ 96,521,993	\$ 99,996,784	\$ 103,796,66
(-) INTERESES	\$ 2,282,990	\$ 854,001	\$ 0	\$ 0	\$ 0
(-) DEPRECIACION	\$ 2,668,233	\$ 2,753,616	\$ 2,758,953	\$ 2,764,289	\$ 2,769,626
UTILIDAD ANTES DE IMPUEST	\$ 85,502,416	\$ 89,740,538	\$ 93,763,040	\$ 97,232,495	\$ 101,027,03
(-) TASA IMPOSITIVA(32%)	\$ 27,360,773	\$ 27,819,567	\$ 28,128,912	\$ 29,169,749	\$ 30,308,111
UTILIDAD NETA	\$ 58,141,643	\$ 61,920,971	\$ 65,634,128	\$ 68,062,747	\$ 70,718,925
	32%	31%	30%	30%	30%

Figura 33. Balance de resultados para el 2020.

Fuente: Autora 2020.

Análisis: se observa una proyección desde le 2020 hasta el 2024 de los ingresos, costos y gastos pactados para el funcionamiento de la empresa donde se alcanza una utilidad neta para el 2020 de \$58.141.643 con una tasa impositiva del 32%, la cual ira descendiendo progresivamente en los siguientes años, puesto que así lo determina el Estado Nacional Colombiano, de igual forma, se contempla los ingresos obtenidos de \$240.000.000 en diferencia con los costos de \$141.146.361 y gastos de \$8.400.000, alcanzando finalmente una utilidad neta de \$58.141.643 para la toma de decisiones pertinente para los años siguientes.

FLUJO DE CAJA RESTAURANTE CETOFOOD						
Periodos del 2020 al 2024						
		3,90%	3,65%	3,35%	3%	
		1,032	1,034	1,036	1,038	
	2020	2021	2022	2023	2024	
ENTRADAS						
Aporte social	\$ 10.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Prestamo bancario	\$ 20.000.000					
Ingresos(ventas)	\$ 240.000.000	\$ 255.605.760	\$ 273.282.432	\$ 293.312.941	\$ 316.028.268	
TOTAL ENTRADAS	\$ 270.000.000	\$ 255.605.760	\$ 273.282.432	\$ 293.312.941	\$ 316.028.268	
SALIDAS						
Gastos de constitucion	\$ 200.000					
Gastos de adecuacion	\$ 1.000.000					
Gastos de apertura	\$ 20.739.100					
Costos	\$ 141.147.000	\$ 145.663.704	\$ 150.616.270	\$ 156.038.456	\$ 161.967.917	
Gastos administrativos y de ver	\$ 8.400.000	\$ 8.668.800	\$ 8.963.539	\$ 9.286.227	\$ 9.639.103	
Intereses	\$ 2.282.990	\$ 854.001	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
Depreciacion	\$ 2.668.233	\$ 2.753.616	\$ 2.758.953	\$ 2.764.289	\$ 2.769.626	
Abono a capital	\$ 9.285.505	\$ 10.714.495	\$ -	\$ -	\$ -	
Maquinaria y equipo	\$ 7.059.100	\$ 8.059.100	\$ 9.059.100	\$ 10.059.100	\$ 11.059.100	
Tasa Impositiva	\$ 27.360.773	\$ 27.819.567	\$ 28.128.912	\$ 29.169.749	\$ 30.308.111	
TOTAL SALIDAS	\$ 220.142.701	\$ 204.533.283	\$ 199.526.774	\$ 207.317.821	\$ 215.743.857	
SALDO	\$ 49.857.299	\$ 51.072.477	\$ 73.755.658	\$ 85.995.120	\$ 100.284.411	
(+) Depreciacion	\$ 2.668.233	\$ 2.753.616	\$ 2.758.953	\$ 2.764.289	\$ 2.769.626	
FFN	\$ 52.525.532	\$ 53.826.093	\$ 76.514.611	\$ 88.759.410	\$ 103.054.037	
tir	-\$ 52.525.532	\$ 106.351.625	\$ 182.866.236	\$ 271.625.646	\$ 374.679.682	
	-\$ 52.525.532	\$ 53.826.093	\$ 76.514.611	\$ 88.759.410	\$ 103.054.037	
TIR						121%
TIO(ROE)						6%
VPN						\$ 222.504.034

Figura 34. Flujo de caja-

Fuente: Autora 2020.

Análisis: se presenta unos ingresos totales en la caja de \$270.000.000, con una salida de \$220.142.701, siendo menor a la pactada en el presupuesto de \$226.864.000 gracias a la reducción de costos proporcional, de igual forma, se analiza que en los dos primeros años se cancela la deuda pendiente de los \$20.000.000, permitiendo con ello un saldo positivo en caja de \$49.857299 para el 2020. De igual manera, se observa el indicador de rentabilidad financiera, tomando la utilidad neta de \$58.141.643 dividido en los \$10.000.000 iniciales de capital para un total del 6%, siendo, satisfactoria la capacidad de solvencia económica de la empresa, como de igual forma lo refleja la TIR, con un 121%.

BALANCE GENERAL Restaurante CETOFOOD Periodos del 2020 al 2024					
	2020	2021	2022	2023	2024
ACTIVOS					
ACTIVO CORRIENTE					
Caja	\$ 49.857.299	\$ 51.072.477	\$ 73.755.685	\$ 85.995.120	\$ 97.517.907
Gastos	\$ 44.262.746	\$ 46.831.873	\$ 16.254.280	\$ 7.406.583	\$ -
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 94.120.045	\$ 97.904.350	\$ 90.009.965	\$ 93.401.703	\$ 97.517.907
ACTIVO NO CORRIENTE					
Maquinaria y equipo	\$ 7.059.100	\$ 8.059.100	\$ 9.059.100	\$ 10.059.100	\$ 11.059.100
(-) Depreciación acumulada	\$ 2.668.233	\$ 2.753.616	\$ 2.758.953	\$ 2.764.289	\$ 2.769.626
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 4.390.867	\$ 5.305.484	\$ 6.300.147	\$ 7.294.811	\$ 8.289.474
TOTAL ACTIVOS	\$ 98.510.912	\$ 103.209.834	\$ 96.310.112	\$ 100.696.514	\$ 105.807.381
PASIVOS					
Obligación financiera	\$ 11.568.496	\$ 11.568.496	\$ -	\$ -	\$ -
Impuestos por pagar(tasa impositiva)	\$ 27.360.773	\$ 27.819.567	\$ 28.128.912	\$ 29.169.749	\$ 30.308.111
TOTAL PASIVOS	\$ 38.929.269	\$ 39.388.063	\$ 28.128.912	\$ 29.169.749	\$ 30.308.111
PATRIMONIO					
Capital	\$ 1.440.000	\$ 1.900.800	\$ 2.547.072	\$ 3.464.018	\$ 4.780.345
Resultados del ejercicio	\$ 58.141.643	\$ 61.920.971	\$ 65.634.128	\$ 68.062.747	\$ 70.718.925
TOTAL PATRIMONIO	\$ 59.581.643	\$ 63.821.771	\$ 68.181.200	\$ 71.526.765	\$ 75.499.270
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 98.510.912	\$ 103.209.834	\$ 96.310.112	\$ 100.696.514	\$ 105.807.381

Figura 35. Estado de situación financiera.

Fuente: Autora 2020.

Análisis: se observa el mismo incremento mencionado anteriormente con unos \$98.510.912, analizando una gran solvencia de la empresa para el 2020 y a su vez permitir tomar decisiones acertadas para el flujo efectivo y eficiente de la empresa.

Conclusiones

Con base en el análisis interno y externo se logró evidenciar que existe un grave problema de salud pública, un desequilibrio alimenticio que está afectando a toda la población, generando enfermedades tan peligrosas como lo es la diabetes tipo II, que cada día va en aumento y que deteriora notablemente la calidad de vida de las personas que la padecen, de esta manera se justifica la materialización de este emprendimiento, para poder llegar a toda la población y en especial a la población diabética con el fin de contribuir a la mejora, balance y el bienestar de su metabolismo, y lograr que tenga una mejor calidad de vida.

En la investigación de mercados que se aplicó a la población de la ciudad de Ocaña, se pudo concluir que el proyecto cuenta con aceptación por los ciudadanos, siendo un proyecto novedoso, que lleva un mensaje claro de garantizar el bienestar y la mejora del metabolismo del cliente, se puede evidenciar potencial de explotación, ajustándose a los requerimientos legales y adaptándose a los diferentes escenarios actuales donde la crisis mundial de salud pública no sería una barrera directa para la ejecución del proyecto, ya que el proyecto fue diseñado con metodología a domicilio, lo cual es un punto a favor en esta crisis, se puede dar continuidad al proceso y aprovechar la coyuntura para incursionar de manera más agresiva, doblando esfuerzo en un excelente plan de marketing para llegar a cada ciudadano por la herramienta digital que dobló su utilización en la época actual, el producto tampoco tiene competencia directa en la región y cuenta con las características deseadas para introducirse en el mercado local, proyectando un posicionamiento efectivo y rápido.

Se elaboró una ficha técnica donde se exponen los cuatro productos con que se introducirá al mercado Cetofood, cuatro platos ricos en nutrientes con el balance ideal para comenzar a adaptarse a una alimentación sana; se logra la definición de los costos de producción de cada

plato, la inversión necesaria en infraestructura y adecuaciones, junto con los gastos administrativos y demás, dejando plasmado toda la información al detalle para el pleno conocimiento de su producción y posible rentabilidad en el estudio financiero.

Con base al plan financiero se logra concluir la viabilidad del proyecto CETOFOOD se observa la consolidación del ejercicio de la actividad económica planteada y siguiendo los parámetros establecidos se concluye que el proyecto es viable, cuenta con una proyección financiera rentable para el 2020, siendo el primer año de la puesta en marcha de la idea de negocio; como soporte se refleja el resultado del ROE con un 6%, permitiendo deducir la capacidad de sostenibilidad económica con relación a la proyección futura del restaurante en un sector económico basado en la agricultura como lo es Ocaña, Norte de Santander.

se necesita una inversión inicial de \$30.000.000 de pesos de los cuales \$20.000.000 serán gestionados por medio de una entidad financiera y el restante son recursos propios, se sufragan los gastos de constitución de infraestructura, adecuación e insumos del primer mes, junto con la proyección de ventas que tendrán los 4 platos que inicialmente se lanzará al mercado, dando así, un resultado positivo a la viabilidad de la idea, como se puede analizar en el plan financiero.

Referencias

- Alcaldía de Ocaña. (2019). *Plan de desarrollo del Municipio de Ocaña*. Obtenido de https://ocananortedesantander.micolombiadigital.gov.co/sites/ocananortedesantander/content/files/000108/5375_preliminar_pdm_ocaa_20162019eslahoradeocaa.pdf
- Cartagena Benítez, P. (11 de 2013). *Plan de empresa de cadena de restaurantes de comida rápida y saludable en valencia*. Obtenido de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/35142/TFC%20Pablo%20Cartagena%20Ben%C3%ADtez.pdf?sequence=1>
- Castrillon, M. L. (28 de 06 de 2018). *Estudio sobre economía*. Obtenido de https://www.dnp.gov.co/Crecimiento-Verde/Documents/ejes-tematicos/Bioeconomia/Informe%20/ANEXO%20_An%C3%A1lisis%20sector%20alimentos%20y%20bebidas.pdf
- Ciribeli, J. P., & Miquelito, S. (06 de 2015). *A SEGMENTACION DEL MERCADO POR EL CRITERIO PSICOGRAFICO: UN ENSAYO TEORICO SOBRE LOS PRINCIPALES ENFOQUES PSICOGRAFICOS Y SU RELACION CON LOS CRITERIOS DE COMPORTAMIENTO*. Obtenido de Universidad Nacional de Misiones, Facultad de Ciencias Economicas: <https://go.galegroup.com/ps/anonymous?id=GALE%7CA531844379&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=fulltext&issn=16697634&p=IFME&sw=w>

Clavijo, S. (16 de 01 de 2019). *Panorama del sector de alimentos y bebidas 2018-2019*.

Obtenido de Revista República: <https://www.larepublica.co/analisis/sergio-clavijo-500041/panorama-del-sector-de-alimentos-y-bebidas-2018-2019-2816375>

DANE. (2015). *Resultados censo*. Obtenido de

<https://www.dane.gov.co/files/censo2018/informacion-tecnica/presentaciones-territorio/190806-CNPV-presentacion-Norte-de-Santander.pdf>

DANE. (15 de 08 de 2019). *Producto Interno Bruto*. Obtenido de

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_IITrim19_produccion_y_gasto.pdf

DANE. (04 de 2020). *Gran encuesta integrada de hogares (GEIH) Mercado laboral*. Obtenido

de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>

Grupo Bancolombia. (04 de 07 de 2019). *Programas de apoyo del Gobierno a pymes e*

incentivos no monetarios. Obtenido de

<https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios-pymes/actualizate/emprendimiento/programas-gobierno-apoyo-pymes>

Jaramillo, C. (2018). *El milagro metabólico*. Planeta. Obtenido de

<https://www.planetadelibros.com.co/libro-el-milagro-metabolico/289169>

La República. (04 de 01 de 2020). *Inflación en Colombia en 2019 aumentó a 3,80%,*

especialmente, por precios de alimentos. Obtenido de

<https://www.larepublica.co/economia/dato-de-inflacion-en-colombia-durante-2019-aumento-a-380-segun-dane-2948404>

- Nuño, A. (02 de 02 de 2020). *La dieta para adelgazar que combina la keto con el ayuno intermitente*. Obtenido de https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2020-02-02/dieta-keto-ayuno-intermitente-salud-alimentacion-423_2342618/
- OMS. (04 de 2016). *Informe mundial sobre la diabetes*. Obtenido de <https://www.who.int/diabetes/global-report/es/>
- OMS. (31 de 08 de 2018). *Alimentación sana*. Obtenido de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet>
- Revista Dinero. (15 de 02 de 2018). *El negocio de la comida se reinventa en Colombia tras un mal 2017*. Obtenido de Revista Dinero: <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/como-van-los-restaurantes-en-colombia-2018/255322>
- Sevilla, A. (2012). *Producto interior bruto (PIB)*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/producto-interior-bruto-pib.html>
- Significados. (31 de 05 de 2020). *Significado de Método deductivo*. Obtenido de <https://www.significados.com/metodo-deductivo/>

