



**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS**  
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES: 1704



## **TRABAJO PROFESIONAL INTEGRADO**

**ESTUDIANTE:**

**HERMEL MAURICIO DELGADO**

**DOCENTE:**

**ALEJANDRO MUNEVAR**

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS**

**DECANATURA DE DIVISIÓN DE EDUCACIÓN ABIERTA Y A DISTANCIA**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CENTRO DE ATENCIÓN UNIVERSITARIO BOGOTÁ**

**(BOGOTÁ) DICIEMBRE DE 2021**

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| <b>TABLA DE ILUSTRACIONES</b>            | 4  |
| <b>INTRODUCCION</b>                      | 7  |
| <b>OBJETIVO GENERAL</b>                  | 8  |
| <b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>             | 8  |
| <b>Lean Canvas</b>                       | 9  |
| <b>Desing Thinking</b>                   | 10 |
| <b>Jobs to be done</b>                   | 11 |
| <b>Mapa de empatía</b>                   | 14 |
| <b>Value proposition Canvas</b>          | 15 |
| Tarjeta persona                          | 17 |
| ¿Quién es el protagonista?               | 18 |
| <b>Producto Mínimo Viable</b>            | 18 |
| <b>Viabilidad del mercado proyecto</b>   | 18 |
| ¿Existe Oportunidad en el mercado?       | 19 |
| <b>Constitución legal del proyecto</b>   | 22 |
| <b>Proceso de Producción</b>             | 22 |
| <b>Técnica e ingeniería del proyecto</b> | 23 |
| Localización                             | 28 |
| Análisis de la competencia               | 29 |
| <b>Componente innovador</b>              | 30 |
| ¿Cuál es mi solución como la desarrollo? | 30 |
| <b>Indicadores Financieros</b>           | 31 |
| Gastos De operación                      | 32 |
| Recurso humano                           | 33 |
| Materia Prima                            | 33 |
| Escenarios                               | 33 |
| Punto de equilibrio                      | 34 |
| Gastos intangibles                       | 35 |



|                                                                            |           |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Maquinaria y equipo .....                                                  | 35        |
| Inversión total.....                                                       | 36        |
| Proyección de ventas .....                                                 | 36        |
| Depreciación anual de activos.....                                         | 37        |
| Estructura del financiamiento.....                                         | 37        |
| Cronograma de pagos.....                                                   | 37        |
| Estado de resultados .....                                                 | 38        |
| Flujo de caja económico.....                                               | 38        |
| Flujo de caja financiero .....                                             | 39        |
| Indicadores de evaluación .....                                            | 39        |
| <b>Indicadores de gestión.....</b>                                         | <b>39</b> |
| ¿Cuál es el futuro de mi negocio? .....                                    | 40        |
| Matriz análisis, tendencias de priorización por impacto .....              | 41        |
| ¿Cumple con los trámites legales? .....                                    | 42        |
| <b>Estructura Organizacional .....</b>                                     | <b>42</b> |
| <b>Procesos .....</b>                                                      | <b>43</b> |
| <b>Función de operación .....</b>                                          | <b>44</b> |
| <b>Análisis de Indicadores de Gestión y comparación con el sector.....</b> | <b>45</b> |
| <b>Matriz Riesgo que afronta el negocio .....</b>                          | <b>46</b> |
| <b>¿Qué riesgo enfrente? .....</b>                                         | <b>47</b> |
| <b>CONCLUSIONES.....</b>                                                   | <b>47</b> |
| <b>BIBLIOGRAFIA.....</b>                                                   | <b>48</b> |

|                      |    |
|----------------------|----|
| Ilustración 1 .....  | 9  |
| Ilustración 2 .....  | 10 |
| Ilustración 3 .....  | 11 |
| Ilustración 4 .....  | 14 |
| Ilustración 5 .....  | 15 |
| Ilustración 6 .....  | 17 |
| Ilustración 7 .....  | 20 |
| Ilustración 8 .....  | 22 |
| Ilustración 9 .....  | 24 |
| Ilustración 10 ..... | 25 |
| Ilustración 11 ..... | 25 |
| Ilustración 12 ..... | 27 |
| Ilustración 13 ..... | 28 |
| Ilustración 14 ..... | 28 |
| Ilustración 15 ..... | 29 |
| Ilustración 16 ..... | 31 |



**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS**  
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA



|                      |    |
|----------------------|----|
| Ilustración 17 ..... | 32 |
| Ilustración 18 ..... | 33 |
| Ilustración 19 ..... | 33 |
| Ilustración 20 ..... | 33 |
| Ilustración 21 ..... | 34 |
| Ilustración 22 ..... | 34 |
| Ilustración 23 ..... | 35 |
| Ilustración 24 ..... | 35 |
| Ilustración 25 ..... | 36 |
| Ilustración 26 ..... | 36 |
| Ilustración 27 ..... | 37 |
| Ilustración 28 ..... | 37 |
| Ilustración 29 ..... | 37 |
| Ilustración 30 ..... | 38 |
| Ilustración 31 ..... | 38 |
| Ilustración 32 ..... | 39 |
| Ilustración 33 ..... | 39 |
| Ilustración 34 ..... | 39 |



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA



|                      |    |
|----------------------|----|
| Ilustración 35 ..... | 41 |
| Ilustración 36 ..... | 42 |
| Ilustración 37 ..... | 43 |
| Ilustración 38 ..... | 44 |
| Ilustración 39 ..... | 45 |
| Ilustración 40 ..... | 46 |

Esta evaluación fue realizada con sentimientos encontrados, debido a que es mi último trabajo que subo a la plataforma, culminando mi proceso académico e iniciar el proceso de graduación, lo que me da mucha alegría, pero por otra parte me da sensibilidad dejar mi academia, donde conocí grandes profesionales y puedo decir que me siento orgulloso de ser tomasino, haber tenido la oportunidad de ser orientado y guiado por excelentes profesionales y pedagogos, mis mejores recuerdos de aprendizaje y adquisición de nuevos conceptos, fortaleciendo mi pensamiento analítico con Carlos Lozano, William Guerrero, Gabriel Rodríguez, Jaime Pedraza, Jack Acero, Nataly Moreno, Diana Cortes, Diela Moreno, Trinidad Orozco y Diego Sierra. Puede decir con voz fuerte, que fui preparado por los mejores.

A continuación realizaremos la evaluación de negocio de Bien-estar Gourmet, un concepto gastronómico integral, con las mejores innovaciones en platos veganos, vegetarianos y flexitarianos, aportando en la nutrición y hábitos alimenticios de las personas que habitan en la ciudad de Bogotá. Evaluaremos los indicadores financieros para establecer su viabilidad y dar apertura con la certeza de que va ser una propuesta exitosa. Adicional, generaremos una matriz de riesgo, para enfrentarnos a panoramas futuros para la responder a tiempo mitigando la improvisación.

Por ultimo estableceremos un análisis de indicadores de gestión y financieros, comparándolos con el sector, para sacar conclusiones propias.

Espero Que este trabajo sea de su agrado en estructura, análisis, contenido y estética.

Y..... ¡Hasta una próxima Oportunidad! Infinitas Gracias.



Establecer la viabilidad, según el resultado de los indicadores de evaluación de negocio

## OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Conocer los procesos y estructura administrativa de Bien-Estar Gourmet
2. Identificar Posibles riesgos del proyecto
3. Conocer factores de microlocalización y macrolocalización, así determinar un lugar adecuado para la implementación del concepto Bien Estar Gourmet



Ilustración 1



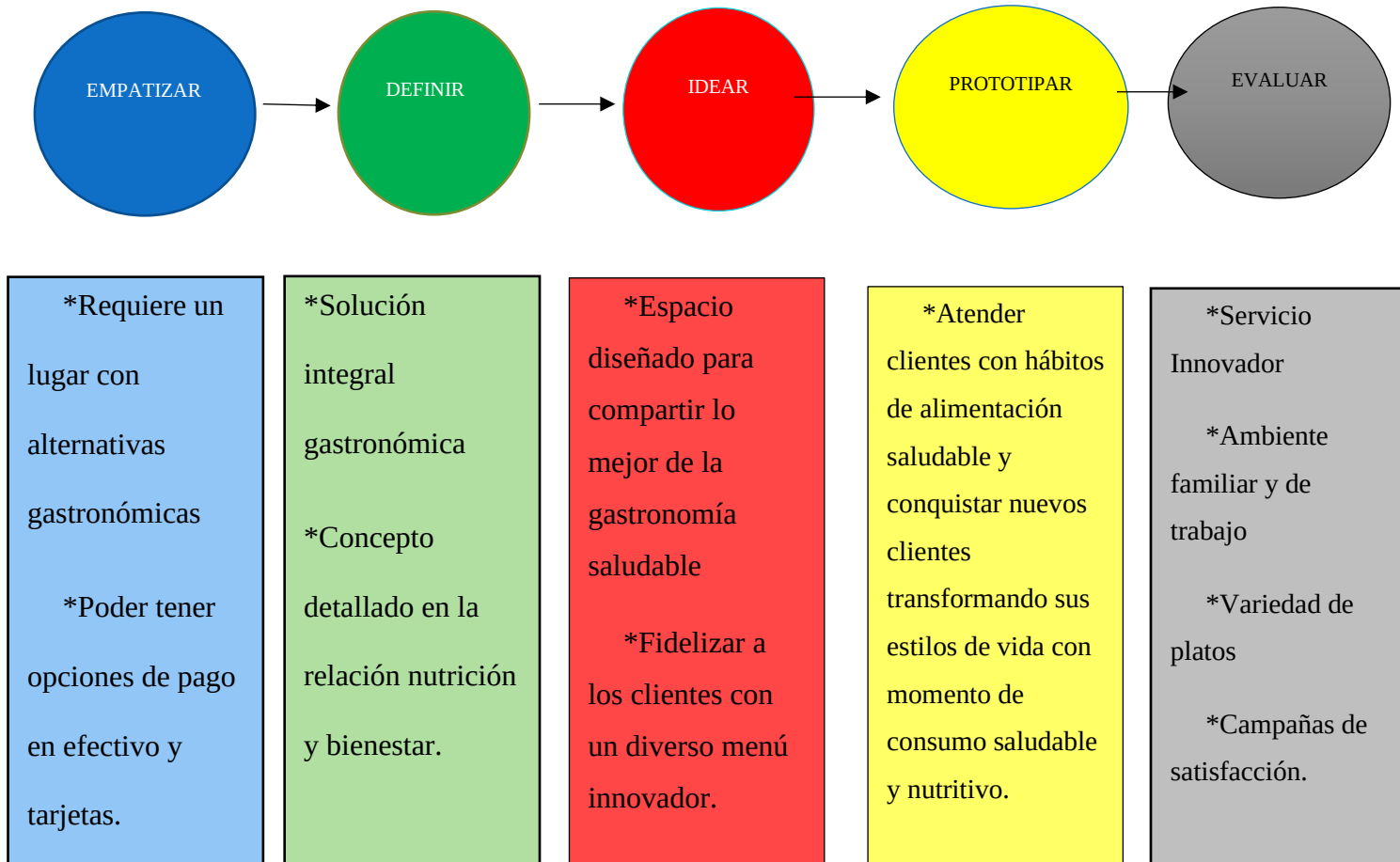
Restaurante Bien-Estar

|                                                                                                                                |  |                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Aliados Clave</b><br><br>*Recursos Propios<br>*Accionistas<br>*Proveedores<br>*Clientes                                     |  | <b>Actividades Clave</b><br><br>• Menú saludable e innovador.<br>• Estrategias de integración experimental para cautivar consumidores.<br>• Variedad en preparaciones. | <b>Propuesta de Valor</b><br><br>Ofrecer una solución integral en la alimentación saludable y sostenible basada en la tendencia del flexitarismo. | <b>Relación con el Cliente</b><br><br>• Redes Sociales.<br>• Webinar<br>• Página web.<br>• Revista la Barra.<br>• Línea de servicio al cliente<br>• Canales <u>delivery</u> | <b>Segmentos de Clientes</b><br><br>Adultos y niños de todas las edades que les guste el arte culinario transformado a comida vegana y vegetariana. |
|                                                                                                                                |  | <b>Recursos Clave</b><br><br>• Recurso humano<br>• Recurso financiero<br>• Equipos de cocina<br>• Materia prima.<br>• Planta y equipo                                  |                                                                                                                                                   | <b>Canales de Información</b><br><br>• Puntos de venta<br>• Medios digitales<br>• Publicidad                                                                                |                                                                                                                                                     |
| <b>Estructura de Costes</b><br><br>Mano de obra<br>Materia prima<br>Recursos financieros<br>Red tecnológica<br>Planta y equipo |  |                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                   | <b>Estructura de Ingresos</b><br><br>Venta de comida saludable en diferentes momentos de consumo.<br>Tarjeta débito.<br>Tarjeta Crédito<br>Efectivo                         |                                                                                                                                                     |



## Desing Thinking

Ilustración 2





## Jobs to be done

Ilustración 3

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nombre del cliente : Erika Lorena Villalobos                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                              |
| Descripción del Cliente: Asesora Comercial para la Empresa de Licores de Cundinamarca                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                              |
| Citas del Cliente:(Esencia del personaje, que lo describe directamente) persona muy preocupada por su aspecto físico, asiste a todas las carreras y maratones, que se realizan en la ciudad.                                                                                                                                        |                                                                                                              |
| ¿Quién es el cliente? (bosquejo de sus aspectos personales) Bogotana de 27 Años con una hija de 3 años llamada Heisel Luciana, administradora de empresas, atiende los cliente del canal moderno y les vende aguardiente Néctar y Ron Santa Fe, es alegre, simpática y muy sociable está pendiente de nuevas estrategias de ventas. |                                                                                                              |
| ¿Qué metas tiene? Empezar una especialización en finanzas y seguir aprendiendo día a día, quiere ascender en la empresa donde trabaja.                                                                                                                                                                                              | ¿Qué actitud tiene? Realista, amable, le gusta el buen trato de los colaboradores y la vocación de servicio. |
| ¿Cuáles son los problemas no resueltos? Por ser una persona donde su trabajo le absorbe tanto tiempo a todo momento está corriendo y quiere que los servicios que adquiriera sean en el menor tiempo posible.                                                                                                                       |                                                                                                              |



¿Cuál es la motivación? Sentir que le rinde el día para todas sus que hacer es entre ellos almorzar.

¿Qué clases de soluciones ha buscado? Buscar domicilios, cursos de manejo y administración de tiempo.

¿Qué comportamiento tiene? Analítica, Racional, tranquila, positiva, exigente, Radical.

Jobs to be done

Funcional: Me gusta la comida saludable

Emocional: sentir que me alcanza el tiempo para todo

Social: poder compartir con mis compañeros y amigos en la hora del almuerzo

Esta encuesta fue una de las diez realizadas a clientes potenciales, fue escogida aleatoriamente, las otras nueve quedan registradas en un archivo denominado inicio proyecto, donde serán consultadas periódicamente para realizar ajustes necesarios, como base de la evaluación de desempeño realizada como instrumento de seguimiento.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA



Los encuestados fueron hombres y mujeres entre los 18 y 45 años que se desempeñan en la

estratégica, técnica y ejecutiva de diferentes compañías. Locales y algunos laboran para franquicias de multinacionales en Colombia.

Adicional con formación en nutrición, otros conocedores de hábitos alimenticios por patologías adquiridas y otros por temas de tiempo son sensibles de que tienen que mejorar sus hábitos de nutrición, para tener una mejor salud y apariencia física

Consolidando la información que levantamos en los modelos **Canvas** y **Job to be done**, evidenciamos la necesidad de tener un espacio, donde predomine la vocación del servicio, la

Rapidez y la variedad en el menú, ofreciendo un valor agregado en la sazón de las preparaciones y sus ingredientes surgiendo la idea de BIEN-ESTAR GOURMET

Dentro de la información recibida, encontramos que el factor tiempo y autocuidado, tienen una gran relevancia dentro del target consultado, lo que nos da una línea de trabajo bastante interesante buscando una propuesta de valor exitosa, que atrape a ese público que queremos impactar con el mejor servicio, innovación y conocimiento profundo del cliente, este último con la optimización de las herramientas utilizadas.

Como observación general, el total de los encuestados da un valor importante a los tiempos de respuesta de los servicios, entendiendo en que estamos en un mundo donde el factor tiempo cada vez es más reducido para complementar las actividades que tenemos planeada hacer en el día a día.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA



Manifestando la necesidad de encontrar un espacio gastronómico, donde puedan interactuar con

los mejores ingredientes derivados de nuestra amada naturaleza.

Por eso nace la necesidad de crear Restaurante BIEN-ESTAR, para que tener un espacio responsable que ofrece los mejores platos de la gastronomía flexitariana, aportando a la salud y a la nutrición, mejorando la calidad de vida, su aspecto físico y complemento los momentos de consumo del mundo fitness, personas del común y generaciones venideras, donde le dan valor a la sostenibilidad, a la responsabilidad ambiental que debemos tener todos para un mundo mejor, con recursos naturales accesibles. Y sobre todo con una alimentación responsable.

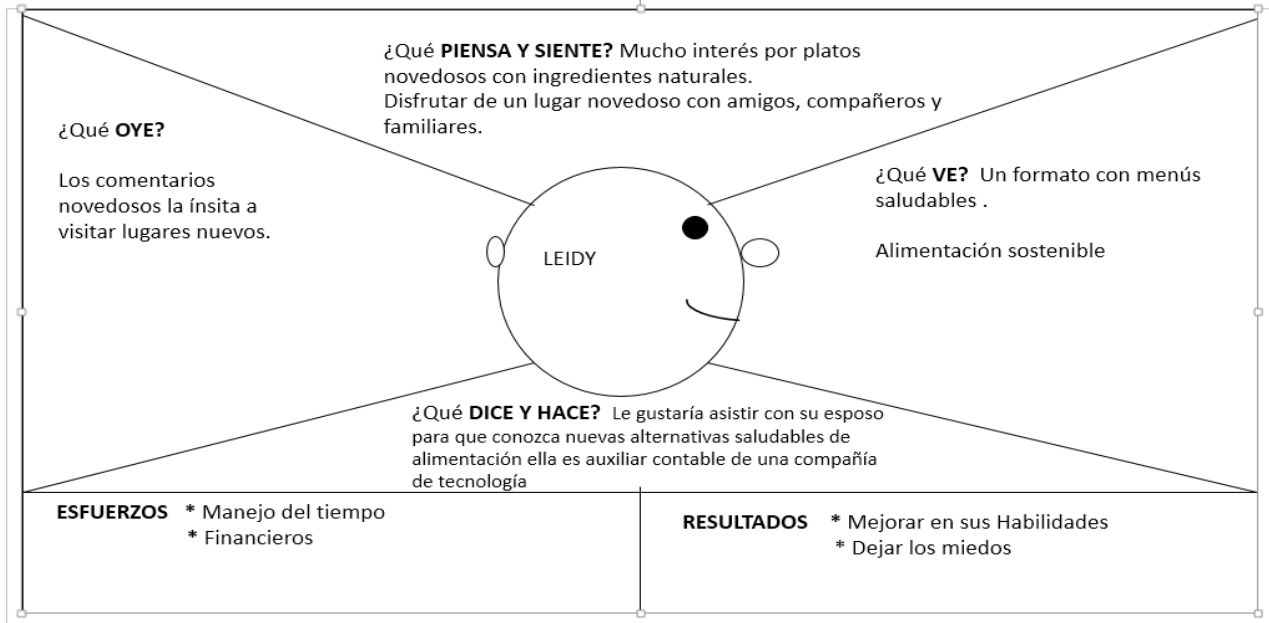
Previnendo enfermedades que han agobiado la generaciones pasadas, como la hipertensión, diabetes, colon irritable, triglicéridos, colesterol entre otras donde el sistema inmune se ve afectado por no potencializar su alimentación y enfocada en frutas y verduras, donde el sodio y el azúcar han acompañado sus comidas generando las patologías enunciadas.

BIEN-ESTAR ofrecerá platos donde no tendrán sodio y azúcar refinada, por el contrario demostraremos que nuestro sazón, no necesita de los elementos anteriores para tener un sabor delicioso y atractivo.

## Mapa de empatía

*Ilustración 4*



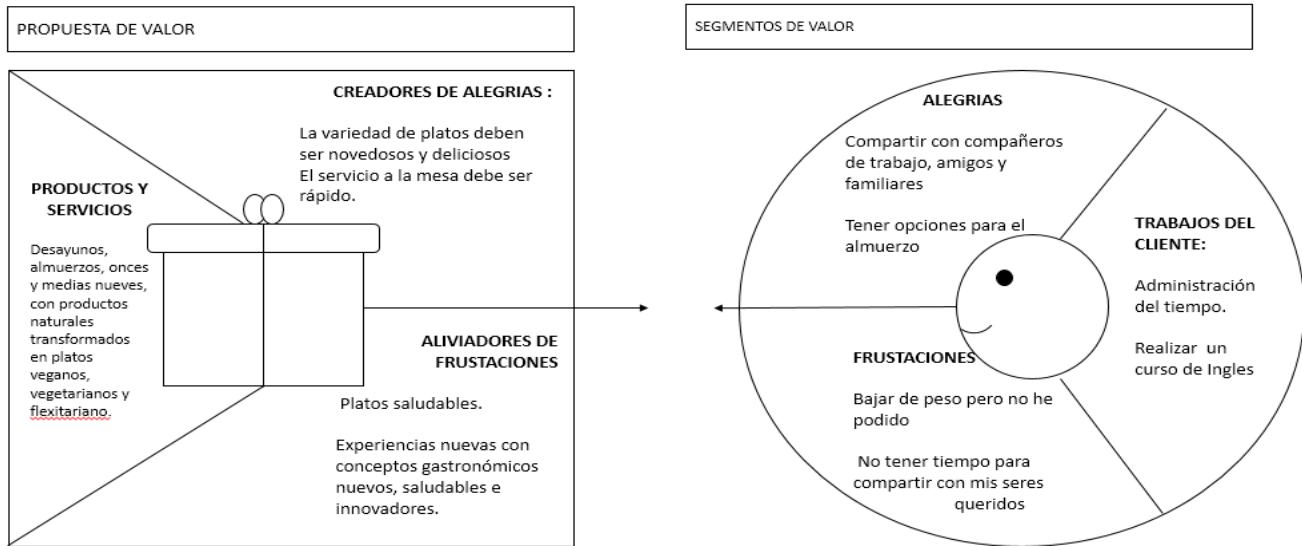


Como resultado al mapa de empatía, se evidencia que el factor innovación, tiempo y peso corporal, es el común denominador dentro de los encuestados, adicional con lo que oyen, piensan y sienten, su apariencia física la asimilan con la alimentación y hábitos saludables. Tiene gran aspiración por viajar, conocer gente nueva y lugares en otras ciudades, afirman que las redes sociales hacen parte de los ladrones de tiempo pero se les dificulta apartarse de ellas pues creen que son necesarias en todas las labores que hacen en el día.

## Value proposition Canvas

Ilustración 5





Según estudio resultado del Value Proposition Canvas, nos arroja que definitivamente BIEN-ESTAR, va en línea con lo que quiere el cliente, lo motiva y lo frustra, evidenciando que el consumidor es más apasionado, lo mueve la aceptación social, se preocupa por compartir con los seres queridos en un espacio agradable, acogedor. Y a eso le apuntamos a tener soluciones integrales que fortalezcan nuestra propuesta de valor, como resultado a una necesidad y conocimiento profundo del cliente y el mercado. Esta herramienta de Value Proposition Canvas, es excelente para tener una asertividad a la hora de construir la propuesta de valor que es muy importante para cualquier negocio, pues será esta su ventaja competitiva, corporativa, su plus y valor agregado que cosechará resultados y sostenibilidad en el negocio, siempre con la mejor relación Necesidad de Cliente Propuesta de valor= cliente fiel y leal

Ilustración 6

|                                                      |                              |
|------------------------------------------------------|------------------------------|
| Cliente Potencial:<br>Erika Lorena Villalobos Moreno | Descripción                  |
| Edad:                                                | 38 AÑOS                      |
| Poder Adquisitivo                                    | MEDIO                        |
| Género, Estado civil                                 | MUJER,CASADA                 |
| Profesión /Ocupación                                 | ADMINISTRADOR DE<br>EMPRESAS |
| Localización Geográfica                              | CHAPINERO                    |
| Imagen, que se tiene del cliente                     | CLIENTE POTENCIAL            |

Es el consumidor que busca un lugar para compartir con compañeros de trabajo, amigos y familiares, de la mejor muestra gastronómica vegana y vegetariana, dando al cuerpo los mejores macronutrientes para tener una buena salud, acompañado de un buen aspecto físico, con las mejores preparaciones a un costo razonable y un ambiente familiar. Que hará sentir como si estuviesen en casa, adicional son protagonistas todo el equipo de cocina, meseros y parte administrativa, que con pasión y compromiso aportan a una propuesta de valor, evolucionando en conocimiento y desarrollo personal y profesional. Con la mejor orientación hacia el servicio al cliente.

## Producto Mínimo Viable

Con la respuesta obtenida en las encuestas de manera cualitativa y cuantitativa se determina teniendo en cuenta, las matrices realizadas en los puntos anteriores.

## Viabilidad del mercado proyecto

**BIEN-ESTAR GOURMET** está localizado en un sector con mucho tráfico, de ejecutivos, estudiantes y trabajadores de estratos 3,4,5 y 6, donde hay un potencial y nicho de mercado a cautivar, donde los números nos acompañan en las diferentes proyecciones, dándonos un pronóstico alentador y una planeación por escenarios seria y rentable.

Adicional contaremos con un proveedor líder en el mercado institucional, La Recetta (La Recetta, 2020) que será nuestro aliado estratégico, quien pondrá todo su portafolio integral de productos a nuestra disposición para garantizar las mejores materias primas a un costo justo.

Con lo anterior y la identificación en las necesidades, más el estudio de poder adquisitivo de la zona, evidenciamos que los objetivos son alcanzables de cara al mercado, clientes internos, clientes externos y todos los stakeholders de nuestro proyecto.

En conclusión este proyecto que está dirigido a hombres y mujeres que ven en la alimentación saludable, un estilo de vida dentro del concepto vegetariano, vegano y flexitariano, donde buscan una alternativa a la cocina tradicional, experimentando sabores con productos 100% naturales, sin conservantes y sostenibles con una viabilidad acertada, financiera, económica, comercial y logística.

## ¿Existe Oportunidad en el mercado?

La oportunidad en el mercado es altísima, debido a que la alimentación saludable y la sostenibilidad ambiental son macro tendencias que en el país y especialmente en Bogotá, no ha sido capitalizado, porque no hemos sabido transmitir el concepto de una manera adecuada y aún más cuando nuestra cultura es muy tradicional y conservadora, donde tenemos paradigmas que lo vegano y vegetariano son plato con sabores desagradables, tal vez mucho de esos paradigmas y barreras obedecen a experiencias de niños donde sufríamos regaños y castigos por no comernos las ensaladas que nuestros padres y abuelos preparaban, o también obedece a la creencia de



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES: 1704



generaciones pasadas donde ser gordo u obeso, determinaba que el estado de salud era mejor al que era tal vez más delgado o de contextura diferente.

Pero estos conceptos han cambiado en los últimos años, la alimentación saludable es una necesidad para aportar bienestar de las personas, así mitigar muchas enfermedades crónicas, fortaleciendo el sistema inmunológico, restaurantes como Bien Estar Gourmet con formatos veganos, vegetarianos y flexitarianos, que tienen una gran oportunidad y es el momento de poner la pauta y ganarnos la gran parte de ese mercado virgen que se moviliza por el sector a la espera de una propuesta que satisfaga la necesidad de variedad gastronómica, con el mejor sabor y sazón, rompiendo los pensamientos erróneos sobre la alimentación verde y sostenible. Aportando en la salud y estilo de vida de muchas personas, experimentando preparaciones fabulosas. En línea con las tesis que vemos a diarios de médicos y nutricionistas del concepto de alimentación saludable y sostenible. Pero que nadie ha querido explotar de manera inteligente, genuina y rentable.

*Ilustración 7*



| Nombre de la empresa     | Codigo CIUU | Requisitos                                                                     | Documentos para constitucion de la empresa       | Requerimientos para su funcionamiento                  | Entidades para registro e inscripcion     |
|--------------------------|-------------|--------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| BIEN-ESTAR GOURMET S.A.S | 5611        | Validar diponibilidad de la razon social en Camara de Comercio                 | Escritura publica                                | Matricula mercantil                                    | Camara de comercio                        |
|                          |             | Establecer estatutos y presentarlos en notaria                                 | Estatutos                                        | RUT                                                    | DIAN                                      |
|                          |             | Firma de la escritura publica de la constitucion de la empresa                 | Certificacion Bancaria                           | Certificado de Existencia y representacion legal       | Superintendenci a de industria y comercio |
|                          |             | Registrar la Empresa en Camara de Comercio                                     | Certificado de Existencia y representacion legal | RIT                                                    | Direccion nacional de Bomberos            |
|                          |             | Obtener el NIT                                                                 |                                                  | Certificado de uso de suelo                            | Secretaria de Salud                       |
|                          |             | Inscribir ante Camara de comercio los libros                                   |                                                  | Certificado Sayco y Acinpro                            | Secretaria ambiental                      |
|                          |             | Inscribirse ante la Administracion de impuestos distritales                    |                                                  | certificado de higiene y sanidad (Secretaria de Salud) | Planeacion Distrital                      |
|                          |             | Notificar apertura ante planeacion nacional de la apertura del establecimiento |                                                  | Certificado de Bomberos                                | Sayco y Acinpro                           |
|                          |             |                                                                                |                                                  | implementacion de SG-SST                               |                                           |
|                          |             |                                                                                |                                                  | Certificado del Epa                                    |                                           |
|                          |             |                                                                                |                                                  | Resolucion de facturacion                              |                                           |
|                          |             |                                                                                |                                                  | Registro nacional de turismo                           |                                           |
|                          |             |                                                                                |                                                  | cumlimiento de seguridad social y parafiscales         |                                           |
|                          |             |                                                                                |                                                  | Declaraciones tributarias                              |                                           |
|                          |             |                                                                                |                                                  | Declaracion de industria y comercio                    |                                           |



Seremos una compañía Sociedad por acciones simplificada debido a la simplicidad del trámite, flexibilidad en la estructura y objeto social amplio, lo que facilita la constitución de la compañía.

## Proceso de Producción

Ilustración 8

| BIEN /SERVICIO : Almuerzo      |                                              |                                       |                                              |                                                                                                                   |
|--------------------------------|----------------------------------------------|---------------------------------------|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| UNIDADES A PRODUCIR: 50 platos |                                              |                                       |                                              |                                                                                                                   |
| ACTIVIDAD DEL PROCESO          | TIEMPO ESTIMADO DE REALIZACION MINUTOS/HORAS | CARGOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD | NUMERO DE PERSONAS QUE INTERVIENEN POR CARGO | EQUIPOS Y MAQUINAS QUE SE UTILIZAN, CAPACIDAD DE PRODUCCION POR MAQUINA() CANTIDAD DE PRODUCTO UNIDAD DE TIEMPO() |
| Preparacion                    | 20 Minutos                                   | Aux Cocina                            | 3                                            | cuchillo,tablas,recipientes                                                                                       |
| Coccion                        | 1 HORA                                       | cocinero                              | 1                                            | estufa, ollas                                                                                                     |
| Conservacion                   | 10 Minutos                                   | Aux Cocina                            | 3                                            | olla                                                                                                              |
| Emplatado                      | 6 Minutos                                    | Aux Cocina                            | 3                                            | platos                                                                                                            |
| Servicio a la mesa             | 5 minutos                                    | mesero                                | 2                                            | platos                                                                                                            |
| Venta                          | 5 minutos                                    | cajero                                | 1                                            | caja                                                                                                              |
| TOTAL                          | 106 MINUTOS                                  |                                       |                                              |                                                                                                                   |

En este punto veremos unas de las propuestas que tenemos para nuestro clientes dando solución a sus necesidades de encontrar y explorar nuevos conceptos gastronómicos alineados a la alimentación saludable y consiente, a precios justos con instalaciones agradables y un ambiente familiar que enamore a los comensales, generando fidelidad y recompra, adicionalmente apuntaremos a una estrategia efectiva de referido y voz a voz, por lo que el servicio marca una pauta importante dentro de la estrategia.

A continuación relacionaremos algunos productos que vamos a ofertar.

| Item                    |                                                                                      | Descripción                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Producto específico:    | Denominación común del bien o servicio                                               | <p><b>Lasagna de espinaca</b></p>                                                                                                                                                              |
| Nombre comercial:       | Denominación comercial que se propone                                                | <b>Lasagna marinera con base de espinaca y especias</b>                                                                                                                                                                                                                          |
| Composición (si aplica) | Descripción de composición del producto                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 9 placas de lasagna con base de arroz</li> <li>• 100 gramos de espinacas</li> <li>• cebolla</li> <li>• orégano</li> <li>• aceite de oliva</li> <li>• 3 cucharadas de harina de quinua</li> </ul>                                        |
| Unidad medida:          | Unidad de medida a través de la cual se comercializará el bien o servicio a ofrecer. | Alistado en plato tipo bowl                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Item                    |                                                                                      | <p><b>Descripción</b></p> <p>En un sartén con mantequilla de mani, se incorpora la harina de quinua y la lasagna de arroz, hasta quedar una masa homogénea. En una olla aparte se cocina la lasagna y después de 15 minutos se incorpora a la harina, poniéndola en el horno</p> |

La lasagna de espinaca es un plato que combina la cocina tradicional con la progresista enfocada al formato que como Bienestar gourmet queremos transmitir a los clientes, a diferencia de la tradicional esta es a base de cereales que aportan más proteína, mitigando el consumo de harinas.

| Item                    |                                                                                      | Descripción                                                                                                                                                |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Producto específico:    | Denominación común del bien o servicio                                               | Parfait de fruta<br>                                                     |
| Nombre comercial:       | Denominación comercial que se propone                                                | Parfait Health                                                                                                                                             |
| Composición (si aplica) | Descripción de composición del producto                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 fresas</li> <li>• 20 yogurt griego</li> <li>• Cereal</li> <li>• Muslli</li> <li>• 3 rodajas de mango</li> </ul> |
| Unidad medida:          | Unidad de medida a través de la cual se comercializará el bien o servicio a ofrecer. | Alistado en vaso de Copa                                                                                                                                   |
| Item                    |                                                                                      | <b>Descripción</b><br>En un vaso de copa generamos 6 capas intercambiándolas entre las frutas, granolas yogurt griego.                                     |

Este Parfait está dirigido para el momento del desayuno, sus componentes son 100 por ciento naturales combinados con yogurt griego, excelente fuente de proteína sin grasa animal, es un producto que va muy bien para acompañar la media mañana o la media tarde-



F

| Item                    |                                                                                      | Descripción                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Producto específico:    | Denominación común del bien o servicio                                               | <p>Spaghetti con carne</p>                                                                                  |
| Nombre comercial:       | Denominación comercial que se propone                                                | Spaghetti gluten free con proteína soya                                                                                                                                                       |
| Composición (si aplica) | Descripción de composición del producto                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 40 gramos de proteína de soya</li> <li>• tomate</li> <li>• Spaghetti sin gluten</li> <li>• Aceite de oliva</li> <li>• Leche de Almendras.</li> </ul> |
| Unidad medida:          | Unidad de medida a través de la cual se comercializará el bien o servicio a ofrecer. | Alistado en plato hondo                                                                                                                                                                       |
| Item                    |                                                                                      | <p>Descripción</p> <p>Se cocina la pasta aparte, se deshidrata la proteína de soya se vincula con vegetales y se emplata</p>                                                                  |

□

El spaghetti que ofrecemos es gluten free acompañado de proteína vegetal, esta combinación garantiza una formula natural, con gran aporte de macronutrientes para construir unos hábitos alimenticios saludables.



| Item                    |                                                                                      | Descripción                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Producto específico:    | Denominación común del bien o servicio                                               | <p>Croquetas de quinua</p>                                                                                |
| Nombre comercial:       | Denominación comercial que se propone                                                | Croquets con quinua ancestral                                                                                                                                                               |
| Composición (si aplica) | Descripción de composición del producto                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 40 gramos quinua molida</li> <li>• tomate</li> <li>• Aceite de oliva</li> <li>• Leche de Almendras.</li> <li>• Orégano</li> <li>• arroz</li> </ul> |
| Unidad medida:          | Unidad de medida a través de la cual se comercializará el bien o servicio a ofrecer. | Alistado en bowl                                                                                                                                                                            |
| Item                    |                                                                                      | <p><b>Descripción</b></p> <p>Se prepara la masa junto a la base de arroz se ornan y se ponen en aceite de oliva a freír</p>                                                                 |

Estas croquetas son hechas con una semilla ancestral, que se cultiva hace muchos años, pero hace poco se evidencio sus aportes nutritivos, es un producto que viene muy bien para acompañar en el desayuno con bebida caliente, a cualquier hora del día durante su cocción se garantiza la exclusión de grasas trans.



Ilustración 13

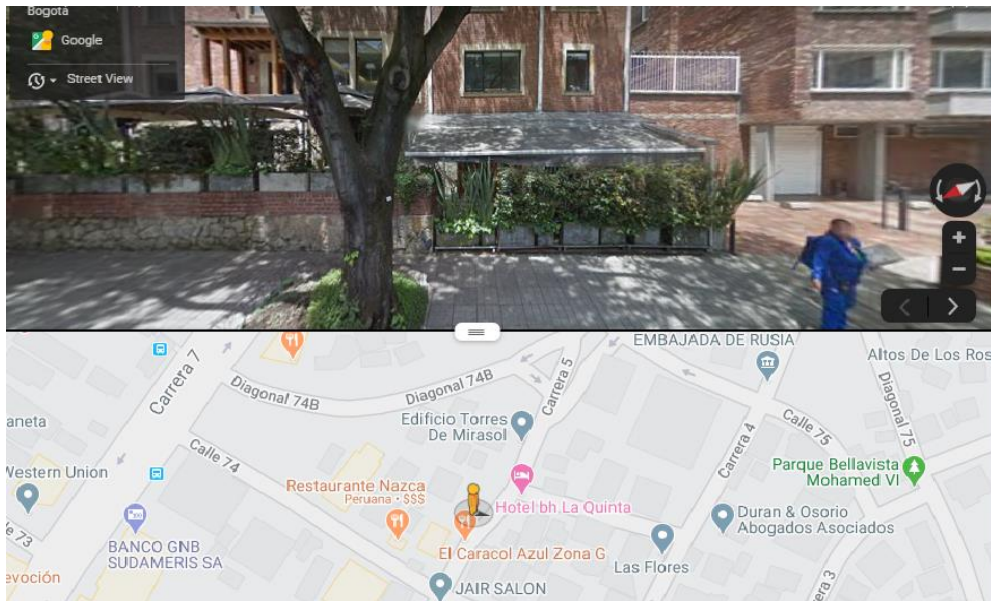
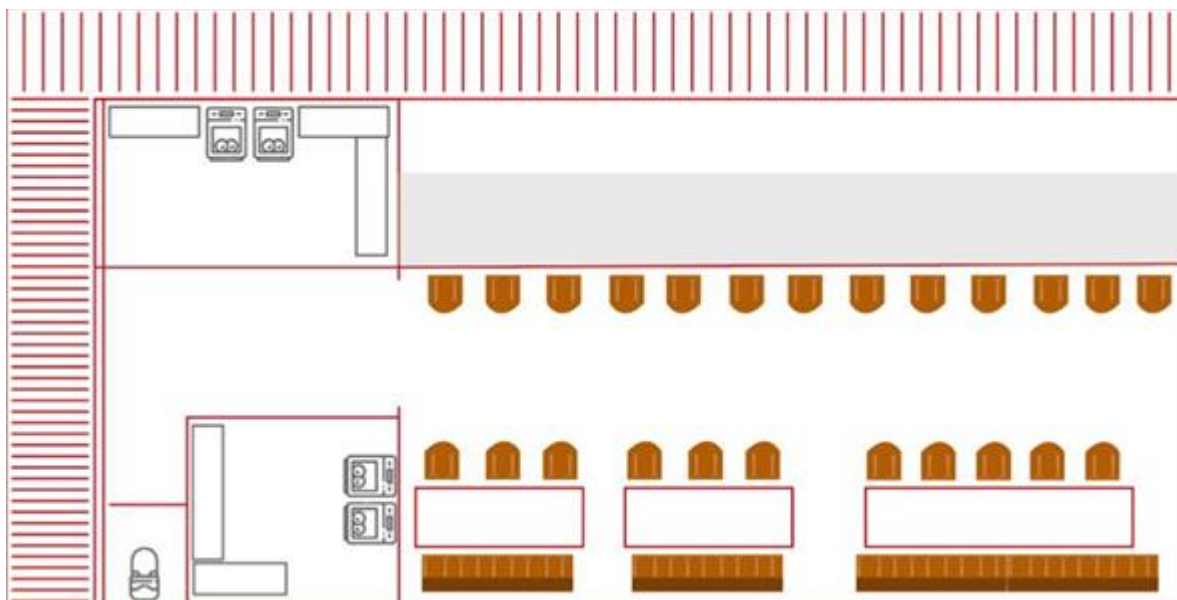


Ilustración 14





Esta localización se realizó en base a la relevancia que tiene dentro del estudio técnico, para

determinar la ubicación más adecuada y está acorde a lo que queremos buscar con el formato de Bien-estar Gourmet un espacio muy tranquilo, central con buen tráfico de personas y lo mejor con un entorno ligado a la alimentación saludable como fundamentos de la microlocalización.

De cara a macrolocalización la infraestructura es la adecuada, con una gran frente de fachada muy vistosa que va en dirección ambiental y obviamente transmite lo que queremos hablar como marca BIEN-ESTAR GOURMET.

## Análisis de la competencia

Ilustración 15

| Competencia                             | Competidor A                                                                        | Competidor B                                                                         | Competidor C                                                                          |
|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Descripción                             | zukini                                                                              | manzano                                                                              | La revolución de la cuchara                                                           |
| Localización                            | calle 22 no 7-35                                                                    | calle 82 no 16 a 27                                                                  | cra 9 no 60-44                                                                        |
| Productos y Servicios                   | almuerzo y snacks                                                                   | Desayunos y almuerzos                                                                | Desayunos, almuerzos y snack                                                          |
| precios                                 | \$12.000 /\$25.000                                                                  | 15.000/\$30.000                                                                      | \$12.000/\$40.000                                                                     |
| Logística de Distribución               | Directo                                                                             | Directo                                                                              | Directo                                                                               |
| Imágenes tomadas de sus redes sociales. |  |  |  |

(Facebook, s.f.)

Bien-Estar Gourmet dentro de su concepto de alimentación saludable, no solamente quiere abastecer con el alimento a los diferentes comensales, también los quiere acompañar en la adquisición del conocimiento, por eso vamos a tener nutricionistas que van a dar charlas por redes sociales, consultas totalmente gratis, para que el cliente se sienta acompañado y seguro que nosotros somos la mejor opción.

Adicional buscaremos alianzas con gimnasios para generar un trabajo colaborativo en pro de la salud de las personas en general incluyendo clientes, prospectos y familiares.

### ¿Cuál es mi solución como la desarrollo?

Mi solución es la apertura del restaurante de soluciones integrales en gastronomía vegana, vegetariana y flexitariana **Bien-estar Gourmet** para satisfacer esa necesidad que está latente de alimentación saludable y consiente, hábitos alimenticios, con un acompañamiento en el proceso de calidad de vida, en compañía de profesionales y conocedores del tema. Consiente y responsable.

Esta idea se desarrollara a la medida que los cliente le den valor a nuestro formato, así se volverán embajadores de la marca, generando un voz a voz que atraerá clientes potenciales, creciendo rentablemente con un óptimo costo por servir.

Ilustración 16

| Costos de produccion                    |        |          |                 |                      |
|-----------------------------------------|--------|----------|-----------------|----------------------|
| cantidad de produccion mensual          |        |          |                 | 4000                 |
| ITEM                                    | Unidad | Cantidad | Precio unitario | Monto                |
| materiales e insumos directos           |        |          |                 | \$ 10.407.800        |
| Mano de obra Directa                    |        |          |                 | \$ 5.600.000         |
| Gastos indirectos de fabricacion        |        |          |                 | \$ 4.200.000         |
| <b>COSTOS DE PRODUCCION</b>             |        |          |                 | <b>\$ 20.207.800</b> |
| Gastos generales y administrativos      |        |          |                 | \$ 10.000.000        |
| Gasto de ventas                         |        |          |                 | \$ 3.500.000         |
| Gastos financieros                      |        |          |                 | \$ 819.296           |
| <b>COSTO TOTAL</b>                      |        |          |                 | <b>\$ 34.527.096</b> |
| Costo unitario de produccion            |        |          |                 | \$ 5.052             |
| Costo unitario de venta                 |        |          |                 | \$ 8.632             |
| Margen de utilidad                      |        |          |                 | 41%                  |
| <b>PRECIO DE VENTA</b>                  |        |          |                 | <b>\$ 12.171</b>     |
| <b>COSTOS VARIABLE S Y COSTOS FIJOS</b> |        |          |                 |                      |
| ITEMS                                   | UNIDAD | CANTIDAD | PRECIO UNITARIO | MONTO                |
| <b>COSTOS VARIABLES</b>                 |        |          |                 |                      |
| Materiales e insumos Directos           |        |          |                 | \$ 10.407.800        |
| Mano de Obra Directa                    |        |          |                 | \$ 5.600.000         |
| Gastos indirectos de fabricacion        |        |          |                 | \$ 4.200.000         |
| Costo Variable Total                    |        |          |                 | \$ 20.207.800        |
| <b>COSTOS FIJOS</b>                     |        |          |                 |                      |
| Gastos generales y administrativos      |        |          |                 | \$ 10.000.000        |
| Gastos de ventas                        |        |          |                 | \$ 3.500.000         |
| Gastos Financieros                      |        |          |                 | \$ 819.296           |
| Costo Fijo Total                        |        |          |                 | \$ 14.319.296        |
| Costo variable Unitario                 |        |          |                 | \$ 5.052             |



Ilustración 17

| Descripcion                                | Costo        | Gasto mensual | gasto anual    |
|--------------------------------------------|--------------|---------------|----------------|
| gastos generales                           |              |               |                |
| Agua                                       | \$ 400.000   | \$ 3.000.000  | \$ 36.000.000  |
| Luz                                        | \$ 80.000    |               |                |
| internet                                   | 100000       |               |                |
| Servicio de Gas                            | \$ 300.000   |               |                |
| Telefonía                                  | \$ 120.000   |               |                |
| personal de mantenimiento y seguridad      | \$ 2.000.000 |               |                |
| Gastos Administrativos                     |              |               |                |
| útiles de Oficina                          | \$ 250.000   | \$ 7.000.000  | \$ 84.000.000  |
| mantenimiento de equipo                    | \$ 2.000.000 |               |                |
| servicio a terceros                        | \$ 500.000   |               |                |
| personal administrativo                    | \$ 3.000.000 |               |                |
| articulos de limpieza                      | \$ 250.000   |               |                |
| gastos de representacion                   | \$ 1.000.000 |               |                |
| Gasto de Ventas                            |              |               |                |
| pautas                                     | \$ 1.000.000 | \$ 3.500.000  | \$ 42.000.000  |
| medios digitales                           | \$ 2.000.000 |               |                |
| pop                                        | \$ 500.000   |               |                |
| Total gastos generales y de administración |              | \$ 10.000.000 | \$ 120.000.000 |
| total gasto de ventas                      |              | \$ 3.500.000  | \$ 42.000.000  |
| gastos de operación                        |              | \$ 13.500.000 | \$ 162.000.000 |

Ilustración 18

| PERSONAL                     | FORMA DE CONTRATO | CANTIDAD | REMUNERACION MENSUAL | MONTO TOTAL   |
|------------------------------|-------------------|----------|----------------------|---------------|
| MANO DE OBRA DIRECTA         |                   |          |                      |               |
| COCINERO                     |                   | 1        | \$ 1.800.000         | \$ 1.800.000  |
| CHEF                         |                   | 1        | \$ 2.600.000         | \$ 2.600.000  |
| AUX COCINA                   |                   | 1        | \$ 1.200.000         | \$ 1.200.000  |
| TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA   |                   |          | \$ 5.600.000         | \$ 5.600.000  |
| MANO DE OBRA INDIRECTA       |                   |          |                      |               |
| PERSONAL                     | FORMA DE CONTRATO | CANTIDAD | REMUNERACION MENSUAL | MONTO TOTAL   |
| ADMINISTRADOR                |                   | 1        | \$ 4.500.000,00      | \$ 4.500.000  |
| CONTADOR                     |                   | 1        | \$ 1.300.000,00      | \$ 1.300.000  |
| MESERO                       |                   | 1        | \$ 9.000.000,00      | \$ 9.000.000  |
| TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA |                   |          | \$ 14.800.000,00     | \$ 14.800.000 |

## Materia Prima

Ilustración 19

| NO | MATERIA PRIMA E INSUMOS | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL   |
|----|-------------------------|----------|----------------|---------------|
| 1  | FRESCOS                 | 220      | \$ 34.280      | \$ 7.541.600  |
| 2  | REFRIGUERADOS           | 100      | \$ 9.580       | \$ 958.000    |
| 3  | CONGELADOS              | 40       | \$ 19.580      | \$ 783.200    |
| 4  | SECOS                   | 180      | \$ 6.250       | \$ 1.125.000  |
|    |                         |          | \$ 69.690      | \$ 10.407.800 |

## Escenarios

Ilustración 20

| ESCENARIOS  | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| PESIMISTA   |       |       |       |       |       |
| CONSERVADOR | 48000 | 57600 | 69120 | 82944 | 99533 |
| OPTIMISTA   |       |       |       |       |       |





Ilustración 23

| Descripción                    | costo      | monto total |
|--------------------------------|------------|-------------|
| <b>gastos de organización</b>  |            |             |
| estudios preliminares          | \$ 80.000  |             |
| estudios de factibilidad       | \$ 120.000 | \$ 120.000  |
| selección de personal          | \$ 250.000 |             |
| <b>gastos de constitucion</b>  |            |             |
| gastos notariales              | \$ 300.000 |             |
| inscripcion camara de comercio | \$ 150.000 | \$ 150.000  |
| tramites secretaria de salud   | \$ 150.000 |             |
| otros tramites                 |            |             |
| <b>Gastos en Capacitacion</b>  |            |             |
| capacitacion del puesto        | \$ 300.000 | \$ 300.000  |
| <b>gastos en publicidad</b>    |            |             |
| gastos en marketing directo    | \$ 300.000 | \$ 300.000  |
| total intangibles              |            | \$ 870.000  |

## Maquinaria y equipo

Ilustración 24

| Maquinaria y equipo |                      |              |               |
|---------------------|----------------------|--------------|---------------|
| cantidad            | descripcion          | precio       | monto         |
| 2                   | estufas industriales | \$ 900.000   | \$ 1.800.000  |
| 1                   | vajilla              | \$ 250.000   | \$ 250.000    |
| 2                   | baterias de ollas    | \$ 1.300.000 | \$ 2.600.000  |
| 2                   | mesas                | \$ 5.000.000 | \$ 10.000.000 |
| 8                   | sillas               | \$ 8.000.000 | \$ 64.000.000 |

Ilustración 25

| inversion | rubros               | inversion desglosada   | inversion parcial | inversion total |
|-----------|----------------------|------------------------|-------------------|-----------------|
| inversion | inversion tangible   | estufas industriales   | \$ 1.800.000      | \$ 4.650.000    |
|           |                      | vajilla                | \$ 250.000        |                 |
|           |                      | baterias de ollas      | \$ 2.600.000      |                 |
|           | inversion intangible | gastos de constitucion | \$ 150.000        | \$ 870.000      |
|           |                      | gastos de organización | \$ 120.000        |                 |
|           |                      | gastos de capacitacion | \$ 300.000        |                 |
|           |                      | gastos de publicidad   | \$ 300.000        |                 |
|           | capital de trabajo   | gastos en materiales   | \$ 10.407.800     | \$ 35.207.800   |
|           |                      | salarios               | \$ 14.800.000     |                 |
|           |                      | gastos de operación    | \$ 10.000.000     |                 |
|           |                      | total de la inversion  | \$ 40.727.800     | \$ 40.727.800   |

## Proyección de ventas

Ilustración 26

| Proyeccion de ventas |                         |          |                  |  |
|----------------------|-------------------------|----------|------------------|--|
| periodo              | precio promedio mensual | cantidad | ingreso anual    |  |
| 1                    | \$ 12.171               | 48000    | \$ 584.198.469   |  |
| 2                    | \$ 12.536               | 57600    | \$ 722.069.308   |  |
| 3                    | \$ 12.912               | 69120    | \$ 892.477.664   |  |
| 4                    | \$ 13.299               | 82944    | \$ 1.103.102.393 |  |
| 5                    | \$ 13.698               | 99533    | \$ 1.363.434.558 |  |

| año | Costos de produccion | Mano de Obra Directa | Gastos indirectos de Fabricacion | Costos de produccion |
|-----|----------------------|----------------------|----------------------------------|----------------------|
| 1   | \$ 124.893.600       | \$ 67.200.000        | \$ 67.200.000                    | \$ 259.293.601       |
| 2   | \$ 149.872.320       | \$ 80.640.000        | \$ 73.920.000                    | \$ 304.432.322       |
| 3   | \$ 179.846.784       | \$ 96.768.000        | \$ 88.704.000                    | \$ 365.318.787       |
| 4   | \$ 215.816.141       | \$ 116.121.600       | \$ 106.444.800                   | \$ 438.382.545       |
| 5   | \$ 258.979.369       | \$ 139.345.920       | \$ 127.733.760                   | \$ 526.059.054       |

Ilustración 27

| Depreciación anual de activos |                |                  |              |                |                |
|-------------------------------|----------------|------------------|--------------|----------------|----------------|
| Descripción                   | Monto          | vida útil (Años) | Depreciación | depreciación   |                |
| estufas industriales          | \$ 1.800.000   | 8                | 13%          | \$ 225.000     |                |
| vajilla                       | \$ 250.000     | 2                | 50%          | \$ 125.000     |                |
| baterías de ollas             | \$ 2.600.000   | 5                | 20%          | \$ 520.000     |                |
| mesas                         | \$ 100.000.000 | 5                | 20%          | \$ 20.000.000  |                |
| sillas                        | \$ 640.000.000 | 5                | 20%          | \$ 128.000.000 |                |
| TOTAL DEPRECIACION AÑO        |                |                  |              |                | \$ 148.870.000 |

## Estructura del financiamiento

Ilustración 28

| Estructura del financiamiento |                |      |
|-------------------------------|----------------|------|
|                               | Monto          | %    |
| financiamiento                |                |      |
| capital propio                | \$ 20.000.000  | 8%   |
| socios                        | \$ 126.000.000 | 51%  |
| Banco                         | \$ 100.000.000 | 41%  |
| total                         | \$ 246.000.000 | 100% |

## Cronograma de pagos

Ilustración 29

| Cronograma de pagos | 15% TEA        |               |                |               |               |
|---------------------|----------------|---------------|----------------|---------------|---------------|
| años                | saldo inicial  | intereses     | Amortización   | cuota anual   | saldo final   |
| 1                   | \$ 100.000.000 | \$ 15.000.000 | \$ 14.831.555  | \$ 29.831.555 | \$ 85.168.445 |
| 2                   | \$ 85.168.445  | \$ 12.775.267 | \$ 17.056.289  | \$ 29.831.555 | \$ 68.112.156 |
| 3                   | \$ 68.112.156  | \$ 10.216.823 | \$ 19.614.732  | \$ 29.831.555 | \$ 48.497.424 |
| 4                   | \$ 48.497.424  | \$ 7.274.614  | \$ 22.556.942  | \$ 29.831.555 | \$ 25.940.483 |
| 5                   | \$ 25.940.483  | \$ 3.891.072  | \$ 25.940.483  | \$ 29.831.555 |               |
| TOTAL INTERESES     |                | \$ 49.157.776 | \$ 100.000.000 |               |               |

Ilustración 30

| estado de resultados        |                |                |                |                  |                  |
|-----------------------------|----------------|----------------|----------------|------------------|------------------|
| RUBRO                       | AÑOS           |                |                |                  |                  |
|                             | 1              | 2              | 3              | 4                | 5                |
| VENTAS                      | \$ 584.198.469 | \$ 701.038.163 | \$ 841.245.795 | \$ 1.009.494.954 | \$ 1.211.393.945 |
| Costo de produccion         | \$ 242.493.600 | \$ 290.992.320 | \$ 349.190.784 | \$ 419.028.941   | \$ 502.834.729   |
| UTILIDAD BRUTA              | \$ 341.704.869 | \$ 410.045.843 | \$ 492.055.011 | \$ 590.466.013   | \$ 708.559.216   |
| Gastos generales            | \$ 36.000.000  | \$ 43.200.000  | \$ 51.840.000  | \$ 62.208.000    | \$ 74.649.600    |
| Gastos administartivos      | \$ 84.000.000  | \$ 100.800.000 | \$ 120.960.000 | \$ 145.152.000   | \$ 174.182.400   |
| Gastos de ventas            | \$ 42.000.000  | \$ 50.400.000  | \$ 60.480.000  | \$ 72.576.000    | \$ 87.091.200    |
| UTILIDAD DE OPERACIÓN       | \$ 179.704.869 | \$ 215.645.843 | \$ 258.775.011 | \$ 310.530.013   | \$ 372.636.016   |
| Gastos financieros          | \$ 15.000.000  | \$ 18.000.000  | \$ 21.600.000  | \$ 25.920.000    | \$ 31.104.000    |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | \$ 164.704.869 | \$ 197.645.843 | \$ 237.175.011 | \$ 284.610.013   | \$ 341.532.016   |
| Impuestos(33%)              | \$ 54.352.607  | \$ 65.223.128  | \$ 78.267.754  | \$ 93.921.304    | \$ 112.705.565   |
| UTILIDAD NETA               | \$ 110.352.262 | \$ 132.422.715 | \$ 158.907.258 | \$ 190.688.709   | \$ 228.826.451   |

## Flujo de caja económico

Ilustración 31

| Flujo de caja Economico              |                  |                |                |                |                  |                  |
|--------------------------------------|------------------|----------------|----------------|----------------|------------------|------------------|
| Rubro                                | años             |                |                |                |                  |                  |
|                                      | 0                | 1              | 2              | 3              | 4                | 5                |
| ventas                               |                  | \$ 584.198.469 | \$ 701.038.163 | \$ 841.245.795 | \$ 1.009.494.954 | \$ 1.211.393.945 |
| valor residual de activos            |                  |                |                |                |                  | \$ 1.066.667     |
| valor residual de capital de trabajo |                  |                |                |                |                  | \$ 67.200.000    |
| total ingresos                       |                  | \$ 584.198.469 | \$ 701.038.163 | \$ 841.245.795 | \$ 1.009.494.954 | \$ 1.279.660.612 |
| costos de produccion                 |                  | \$ 242.493.600 | \$ 290.992.320 | \$ 349.190.784 | \$ 419.028.941   | \$ 502.834.729   |
| gastos operativos                    |                  | \$ 162.000.000 | \$ 194.400.000 | \$ 233.280.000 | \$ 279.936.000   | \$ 335.923.200   |
| impuestos                            |                  |                | \$ 53.460.000  | \$ 76.982.400  | \$ 92.378.880    | \$ 92.378.880    |
| inversion                            | \$ (106.000.000) |                |                |                |                  |                  |
| total egresos                        | \$ (106.000.000) | \$ 404.493.600 | \$ 538.852.320 | \$ 659.453.184 | \$ 791.343.821   | \$ 931.136.809   |
| flujo neto economico                 | \$ (106.000.000) | \$ 179.704.869 | \$ 162.185.843 | \$ 181.792.611 | \$ 218.151.133   | \$ 348.523.803   |



## Flujo de caja financiero

Ilustración 32

| Flujo de caja Financiero             |                  |                |                |                |                  |                  |
|--------------------------------------|------------------|----------------|----------------|----------------|------------------|------------------|
| Rubro                                | años             |                |                |                |                  |                  |
|                                      | 0                | 1              | 2              | 3              | 4                | 5                |
| ventas                               |                  | \$ 584.198.469 | \$ 701.038.163 | \$ 841.245.795 | \$ 1.009.494.954 | \$ 1.211.393.945 |
| valor residual de activos            |                  |                |                |                |                  | \$ 1.066.667     |
| valor residual de capital de trabajo |                  |                |                |                |                  | \$ 67.200.000    |
| prestamo                             | \$ 100.000.000   |                |                |                |                  |                  |
| total ingresos                       | \$ 100.000.000   | \$ 584.198.469 | \$ 701.038.163 | \$ 841.245.795 | \$ 1.009.494.954 | \$ 1.279.660.612 |
| costos de produccion                 |                  | \$ 242.493.600 | \$ 290.992.320 | \$ 349.190.784 | \$ 419.028.941   | \$ 502.834.729   |
| gastos operativos                    |                  | \$ 162.000.000 | \$ 194.400.000 | \$ 233.280.000 | \$ 279.936.000   | \$ 335.923.200   |
| intereses                            |                  | \$ 15.000.000  | \$ 12.775.267  | \$ 10.216.823  | \$ 7.274.614     | \$ 3.891.072     |
| Amortizacion de prestamo             |                  | \$ 14.831.555  | \$ 17.056.289  | \$ 19.614.732  | \$ 22.556.942    | \$ 25.940.483    |
| impuestos                            |                  |                | \$ 53.460.000  | \$ 76.982.400  | \$ 92.378.880    | \$ 92.378.880    |
| inversion                            | \$ (106.000.000) |                |                |                |                  |                  |
| total egresos                        | \$ (106.000.000) | \$ 404.493.600 | \$ 568.683.875 | \$ 689.284.739 | \$ 821.175.376   | \$ 960.968.364   |
| flujo neto economico                 | \$ (6.000.000)   | \$ 179.704.869 | \$ 132.354.287 | \$ 151.961.056 | \$ 188.319.578   | \$ 318.692.248   |

## Indicadores de evaluación

Ilustración 33

| AÑO | INGRESOS        | EGRESOS        | FLUJO DE CAJA  | VP             |
|-----|-----------------|----------------|----------------|----------------|
| 0   |                 | -\$106.000.000 | -\$106.000.000 | -\$106.000.000 |
| 1   | \$584.198.469   | \$404.493.600  | \$179.704.869  | \$149.754.057  |
| 2   | \$701.038.163   | \$538.852.320  | \$162.185.843  | \$112.629.057  |
| 3   | \$841.245.795   | \$659.453.184  | \$181.792.611  | \$105.204.057  |
| 4   | \$1.009.494.954 | \$791.343.821  | \$218.151.133  | \$105.204.057  |
| 5   | \$1.279.660.612 | \$767.796.000  | \$511.864.612  | \$205.706.907  |
| VPN | 2.461.595.129   | 1.889.096.992  | \$931.136.809  | \$572.498.137  |

## Indicadores de gestión

Ilustración 34

|     |               |
|-----|---------------|
| TIO | 20,00%        |
| VPN | \$572.498.137 |
| TIR | 169,55%       |
| CAE | \$76.932.130  |
| PR  | 0,8           |
| RCB | 1,3           |







## Matriz análisis, tendencias de priorización por impacto

Ilustración 35

| MATRIZ ANALISIS TENDENCIAS PRIORIZACION POR IMPACTO |                                                                                  |         |        |        |
|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|---------|--------|--------|
| TENDENCIAS                                          |                                                                                  | BAJO    | MEDIO  | ALTO   |
|                                                     |                                                                                  | 01 A 05 | 06A 08 | 09A 10 |
| ECONOMICAS                                          | El sector de restaurantes aporta el 3,8 de PIB                                   |         |        | X      |
|                                                     | El sector de alimentos genera mas de 600000 empleos al año                       |         |        | X      |
|                                                     | diariamente se apertura 8 restaurantes diarios en Colombia                       |         |        | X      |
| POLITICAS                                           | microcreditos a MIPYKMES                                                         |         |        | X      |
|                                                     | Reforma tributarias                                                              |         |        | X      |
|                                                     | POT ( Plan ordenamiento Territorial)                                             |         |        | X      |
| AMBIENTALES                                         | Decretos Ambientales                                                             |         | X      |        |
|                                                     | optimizacion de recursos naturales                                               |         |        | X      |
|                                                     | recoleccion de aceite usado                                                      |         | X      |        |
| SOCIALES                                            | persepccion del sector                                                           |         | X      |        |
|                                                     | proyectos de inversion                                                           |         |        | X      |
|                                                     | socializacion digital                                                            |         |        | X      |
| TECNOLOGIA                                          | Equipamiento gastronomia que favorezcan la productividad y eficiencia financiera |         | X      |        |
|                                                     | apoyo en mejorar la experiencia del cliente                                      |         |        | X      |
|                                                     | consumidor informado y exigente                                                  |         |        | X      |
|                                                     | Redes sociales                                                                   |         |        | X      |
| LEGAL                                               | Uso adecuado de Azucar                                                           |         |        | X      |
|                                                     | udo adecuado de sodio                                                            |         |        | X      |
|                                                     | buenas practicas de manioulacion                                                 |         |        | X      |
|                                                     | registros sanitarios                                                             |         |        | X      |
|                                                     | fichas tecnicas                                                                  |         |        | X      |

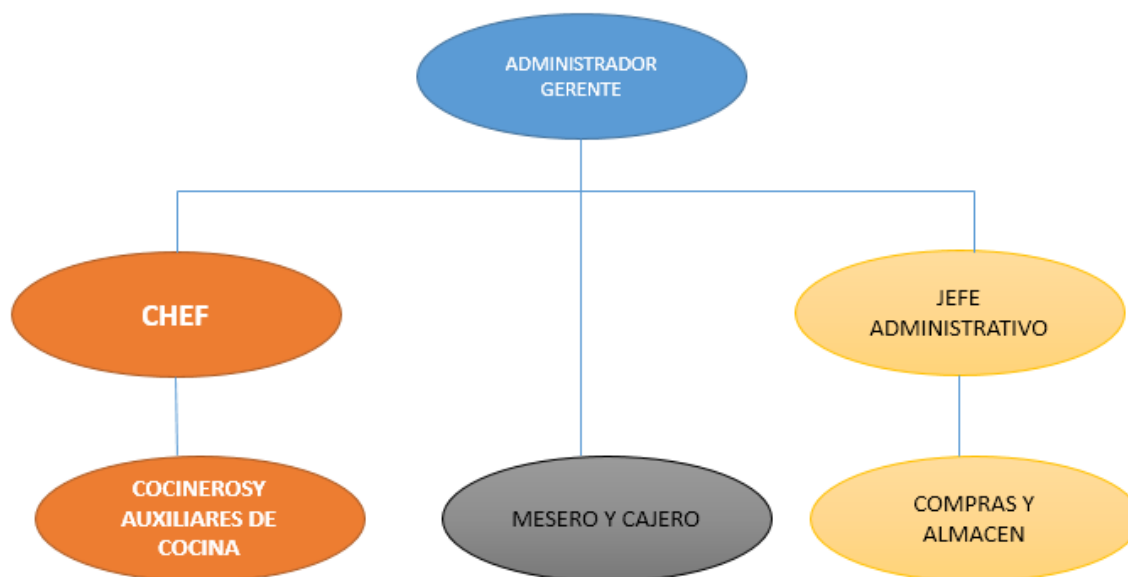
## ¿Cumple con los trámites legales?

Dando respuesta a este ítem, me permito confirmara que BIEN-ESTAR Gourmet cumple con todos los aspectos legales.

La mejor opción como compañía es ser Sociedad por Acciones Simplificada.

## Estructura Organizacional

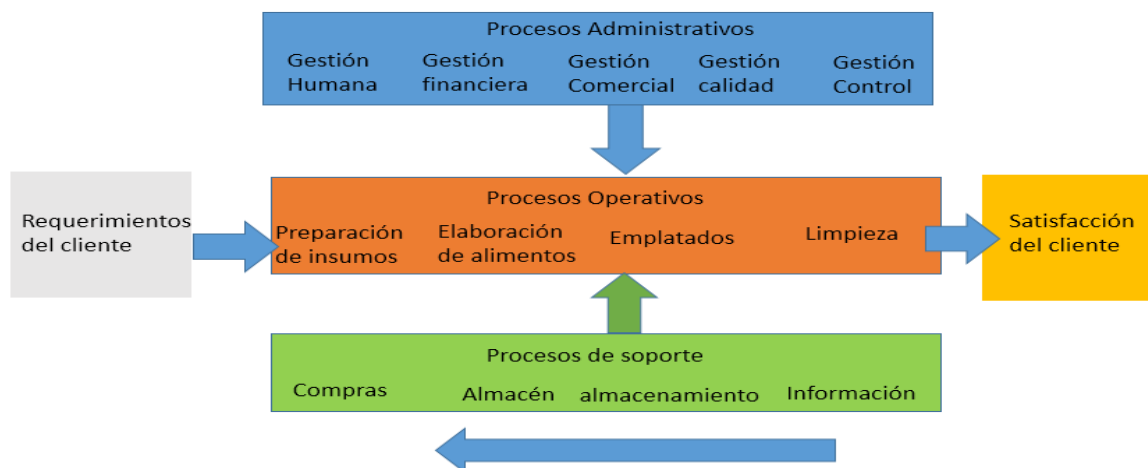
Ilustración 36





## Procesos

Ilustración 37



La gestión de recursos humanos, administrativos y legales, harán parte del proceso administrativo que será manejado por las posiciones estratégicas y de soportes con el modelo de integración, que garantiza el desarrollo del personal, una comunicación transversal, trabajo en equipo y conocimiento con aplicación.



## Función de operación

Ilustración 38

| CARGO Y NUMERO          | FUNCION                                                                                              |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 Administrador Gerente | optimizar los recursos humano, económico y social en función del desarrollo rentable de la operación |
| 1 chef                  | Desarrollar recetas, innovadoras, exitosas y rentables.                                              |
| 2 cocinero              | Emplatado, cocción y preparación de insumos                                                          |
| 2 meseros               | Alistamiento y servicio a la mesa                                                                    |
| 1 cajero                | Proceso de punto de pago, condiciones y flujo de efectivo                                            |
| 2 extras                | Servicios de seguridad y mantenimiento                                                               |



## Análisis de Indicadores de Gestión y comparación con el sector.

Ilustración 39

| INDICADORES DE GESTION   | FORMULA                                            | ANALISIS                                                                   | COMPARATIVO CON EL SECTOR                                                                                       | CONCLUSIONES                                                                                           |
|--------------------------|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calidad del Servicio     | Numero de reclamaciones/numero de servicios        | Es un indicador que nos mide que tan enfocado esta el servicio al cliente. | Es el indicador mas importante en el sector, que garantiza una buena socializacion de la experiencia adquirida. | Un cliente satisfecho son 7 clientes nuevos mas.                                                       |
| Rapidez en el servicio   | Tiempo en solicitud /tiempo en servicio a la mesa  | Nos ayuda a medir los tiempos de respuesta de los servicios a la mesa.     | Este indicador es muy importante en el sector si se toma en cuenta la relevancia del factor tiempo.             | La satisfaccion de que el cliente le sobra tiempo de lo esperado le genera una estimulacion de volver. |
| Productos innovadores    | solicitud de platos innovadores/total de servicios | Nos ayuda a medir el nivel de creatividad de nuestros platos.              | En el sector el factor innovador da un diferenciador en el mercado.                                             | Cliente le gusta explorar nuevas experiencias.                                                         |
| Crecimiento ventas       | ventas diarias/ventas dia anterior                 | Mide el nivel de recompra o captacion de clientes nuevos.                  | En el sector este indicador mide la participacion del mercado.                                                  | A mayor clientes mayores ventas.                                                                       |
| Satisfaccion del cliente | Numero de quejas/venta totales de platos           | Mide el nivel de escucha del cliente.                                      | En el sector el cliente insatisfecho es la peor publicidad que puede tener un negocio.                          | Un cliente insatisfecho son 7 clientes perdidos.                                                       |
| INDICADORES FINANCIEROS  |                                                    |                                                                            |                                                                                                                 |                                                                                                        |
| De rentabilidad          | Utilidad bruta/ventas netas                        | Mide la utilidad en el proceso.                                            | Ofrece un panorama de sostenibilidad.                                                                           | La sostenibilidad garantiza continuidad en la operación.                                               |
| De endeudamiento         | Total pasivo/patrimonio neto                       | Mide el nivel de apalancamiento con terceros.                              | Ofrece un panora de cuanto el total de negocio nos pertenece.                                                   | Dime cuantas deudas tienes y te dire quie eres.                                                        |
| De liquidez              | Activo circulante/pasivo circulante                | Mide sus obligaciones financieras                                          | En el sector se cierran muchos restaurantes por falta de liquidez.                                              | Solo sobrevive el que tenga liquidez.                                                                  |
| De eficiencia            | Resultado alcanzado /costo real                    | Mide el costo en el proceso.                                               | En el sector se ve mucho la falta de eficiencia en el tratado de las mermas.                                    | Hay que revisar los costos ocultos, hay pueden habe fugas.                                             |
| De eficacia              | Resultado alcanzado/resultado previsto             | Mide la rapides en el cumplimiento de los objetivos.                       | En el sector es importante tener el control de los resultados de los processo para realizar ajuste a tiempo.    | Lo que se mide se controla.                                                                            |





## Matriz Riesgo que afronta el negocio

Ilustración 40

| VARIABLE       | RIESGO                                                                                                  | PLAN DE MITIGACION                                                                                  |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| TECNICO        | Mala utilización de las herramientas y equipo.                                                          | Instructivo con paso a paso de la utilización de equipos, acompañados de mantenimientos preventivos |
| COMPETENCIA    | Se pueden perder clientes y trasladarse a la competencia por alguna oportunidad en el servicio ofrecido | ofrecer la mejor experiencia en el punto de venta, generar planes de fidelización                   |
| TALENTO HUMANO | Deserción                                                                                               | plan de incentivos para el personal                                                                 |
| SEGURIDAD      | Accidentes laborales en cocina.                                                                         | póliza de seguros, y capacitación en SST                                                            |
| OTROS ¿Cuál?   | N/A                                                                                                     | N/A                                                                                                 |

## ¿Qué riesgo enfrente?

El riesgo que más enfrente es el de liquidez, porque durante el primer año, tenemos que afrontar gastos de operación, fijos y variables a la espera de llegar al punto de equilibrio y nos damos a conocer como la mejor opción en comida saludable, ofreciendo la mejor propuesta integral en comida vegetariana, vegana y flexitariana de la ciudad.

Otro Riesgo que enfrente es el de la competencia, porque pueden aparecer nuevos actores en el mercado, pero nos prepararemos para afrontarlo con nuestra propuesta de valor y diferenciadora, como el acompañamiento con profesionales de nutrición, alianzas estratégicas con gimnasios, para estar en todo el proceso de la calidad de vida de nuestros clientes.

## CONCLUSIONES

- La evaluación de negocios nos da una mayor asertividad al momento de invertir, mitigando la incertidumbre.
- Las oportunidades de negocio están latentes.
- Superemos los miedos y empecemos el camino del emprendimiento



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES: 1704



## BIBLIOGRAFIA

- Ascolese, G. (2016). *¿Cómo evaluar la viabilidad del plan de negocios?* Obtenido de [www.wearemarketing.com/es/blog/como-evaluar-la-viabilidad-de-tu-plan-de-negocio.html](http://www.wearemarketing.com/es/blog/como-evaluar-la-viabilidad-de-tu-plan-de-negocio.html)
- Design Thinking* . (sf.). Obtenido de <http://xn.designthinkingespaa-d4b.com/>
- Hoyer, W. (2012). *Comportamiento del consumidor pagina 387*. texas: Cengage learning .
- Indicadores de gestión*. (sf.). Obtenido de <https://reliabilityweb.com/sp/articles/entry/los-indicadores-de-gestion>
- Instituto Nacional de Contadores Públicos* . (2012). Obtenido de <https://incp.org.co/Site/2012/agenda/7-if.pdf>
- La Recetta*. (2020).
- LA RECETTA*. (2020).
- Molina, G. (sf.). Obtenido de <https://www.gestionar-facil.com/indicadores-financieros-para-pymes/>
- Silva, E. (2013). *4 Factores para evaluar el plan de negocios de una Startup por @Megatela*. Obtenido de : <https://www.todostartups.com/bloggers/4-factores-para-evaluar-el-plan-de-negocios-de-una-startup-por-megatel>
- Varela, R. (2014). *Innovación empresarial*. Pearson .
- [www.larecetta.com](http://www.larecetta.com). (2020). Obtenido de [www.larecetta.com](http://www.larecetta.com).