



PLAN DE EMPRESA
EN LA OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESAS



Restaurante Mexicano “Mr. Cely Pimientos”

Autores

Merly Lorena Gómez Martínez

Jessica Paola Contreras Rueda

Fundación Universitaria Los Libertadores
Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Administración Turística y Hotelera

Bogotá, D. C.

2022



LOS LIBERTADORES
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA

**OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE
EMPRESA
PLAN DE EMPRESA**

Código: **F2-CEE**
Versión: **02**

**PLAN DE EMPRESA
EN LA OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESAS**

Restaurante Mexicano “Mr. Cely Pimientos”

Autores

Merly Lorena Gómez Martínez

Jessica Paola Contreras Rueda

Director del proyecto

Claudia Lucia Silva Barrera

Fundación Universitaria Los Libertadores
Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables
Administración Turística y Hotelera
Bogotá, D. C.
2022



TABLA DE CONTENIDO

PLAN DE EMPRESA	6
1. COMPONENTE ORGANIZACIONAL	6
1.1. Nombre de la empresa	6
1.2. Descripción de la empresa	7
1.3. Identidad corporativa	7
1.4. Misión	8
1.5 Visión	9
2. OBJETIVOS	9
2.1. Objetivo general	9
2.2. Objetivos específicos	9
2.3. Valores	10
2.3.1. Modelo de negocio y modelo de procesos	11
2.2.3. <i>Procesos y mapas de procesos.</i>	13
3. Estructura organizacional	15
3.1. Tabla salarial en COP	16
3.1.1. 19	
4. Portafolio de Productos y servicios	23
5. COMPONENTE DE ESTUDIO DE MERCADOS Y COMERCIAL	32
5.1. Descripción macroeconómica de Colombia	32
5.1.1. Análisis del sector	33
5.2. Estudio de mercado	35
5.2.1. Análisis de la demanda	42
5.2.2. Análisis de la oferta	43
5.2.3. Determinación de la demanda actual y potencial	43
5.2.4. Análisis de la competencia	44
5.3. Perfil del consumidor	44
5.4. Estrategias Comerciales	45
6. COMPONENTE PRODUCTIVO Y TÉCNICO	47
6.1. Ficha técnica del producto - Recetas estándar	47
6.1.1. Descripción del diseño y estado de desarrollo del producto	62
6.1.2. 64	
6.1.3. Descripción del proceso productivo y sistema de producción	63



6.1.4. Plan de implementación	65
6.2. Plan de producción	66
7. Logística y distribución	67
7.1. Procesos de control de calidad, selección de proveedores y cadena de producción.	67
7.1.1. Entes y/u organismos que apoyen la gestión y desarrollo del proyecto	69
7.1.2. Aspectos ambientales y sociales del proyecto	70
8. COMPONENTE JURÍDICO – TRIBUTARIO	71
8.1. Determinación de la forma jurídica	71
8.1.1. Obligaciones tributarias	71
8.1.2 Permisos, licencias y documentación oficial	72
8.1.3. Normatividad	73
8.2. Propiedad intelectual-Marca	74
9. COMPONENTE FINANCIERO	74
9.1. Análisis de inversión inicial y retorno sobre la inversión	74
9.1.1. Análisis de sensibilidad e índices financieros.	75
9.1.2. Fuentes de apoyo financiero	75
10. COMPONENTE DE IMPACTOS Y VALIDACIÓN	76
10.1. Alineación con los planes y programas gubernamentales	76
10.1.1. Impactos	78
Impacto ambiental	78
Impacto económico	79
10.1.2. Análisis de riesgos	79
10.1.3. Validaciones	79
Validación Técnica	79
Validación Financiera	80
Validación Comercial	80
11. CONCLUSIONES	81
12. BIBLIOGRAFÍA	82



LISTA DE IMAGENES

Imagen 1. <i>Información de registro del nombre del Restaurante</i>	6
Imagen 2. <i>Valores corporativos</i>	10
Imagen 3. <i>Mapa de procesos</i>	13
Imagen 4. <i>Ciclo PHVA</i>	14
Imagen 5. <i>Organigrama</i>	15
Imagen 6. <i>Edad del mercado objetivo</i>	35
Imagen 7. <i>Frecuencia de visitas a restaurantes temáticos</i>	36
Imagen 8. <i>Valor dispuesto a pagar</i>	37
Imagen 9. <i>Precio ofrecido por el mercado.</i>	38
Imagen 10. <i>Nivel de picante dispuesto a probar.</i>	39
Imagen 11. <i>Presentación de chile.</i>	39
Imagen 12. <i>Opción de presentación del picante.</i>	39
Imagen 13. <i>Razones por las que visitan un restaurante.</i>	40
Imagen 14. <i>Con quien frecuenta este tipo de restaurantes.</i>	42
Imagen 15. <i>Medios de pago.</i>	42
Imagen 16. <i>Platos que esperan encontrar en el restaurante.</i>	42
Imagen 17. <i>Ciclo de vida del producto.</i>	63
Imagen 18. <i>Flujograma de servicio</i>	65
Imagen 19. <i>Plan de negocios 2032.</i>	79



LISTA DE TABLAS

Tabla 1. <i>Modelo Canva para identificar los puntos clave para la creación del Restaurante.</i>	13
Tabla 2. <i>Información sobre los procesos que permiten desde las necesidades de los comensales llegar a la calidad y satisfacción deseada.</i>	14
Tabla 3. <i>Información de salarios por cada cargo.</i>	17
Tabla 4. <i>Perfil de cargo del cocinero.</i>	19
Tabla 5. <i>Perfil de cargo del administrador.</i>	20
Tabla 6. <i>Perfil de cargo del steward.</i>	21
Tabla 7. <i>Perfil de cargo del mesero.</i>	22
Tabla 8. <i>Perfil de cargo del cajero.</i>	23
Tabla 9. <i>Perfil de cargo del domiciliario.</i>	24
Tabla 10. <i>Perfil de cargo del almacenista</i>	25
Tabla 11. <i>Menú o carta.</i>	26
Tabla 12. <i>Recursos físicos o activos fijos.</i>	30
Tabla 13. <i>Materiales y suministros.</i>	33
Tabla 14. <i>Análisis de la competencia.</i>	46
Tabla 15. <i>Descripción de operaciones.</i>	65
Tabla 16. <i>Cronograma.</i>	67
Tabla 17. <i>Proyección de ventas.</i>	69
Tabla 18. <i>Punto de equilibrio.</i>	78



LOS LIBERTADORES
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA

**OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE
EMPRESA
PLAN DE EMPRESA**

Código: **F2-CEE**
Versión: **02**

 <p>LOS LIBERTADORES FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</p>	<p align="center">OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA</p>	<p>Código: F2-CEE Versión: 02</p>
--	---	---

PLAN DE EMPRESA

1. COMPONENTE ORGANIZACIONAL

El restaurante Mr. Cely Pimientos, será un restaurante temático de ambientación mexicana y comida Tex Mex (Comida que no lleva picante dentro de su preparación si no que se brinda por aparte según gusto del cliente), un lugar propicio dirigido a familias y amigos que deseen descubrir por medio de su comida sabores diferentes a los ofrecidos en el mercado. Este restaurante desea poder contribuir al crecimiento económico y social del sector, el cual debido a los cierres generados por la contingencia del covid-19 se ha visto afectado.

1.1. Nombre de la empresa

RESTAURANTE MR. CELY PIMIENTOS

Se valida en la Página de Cámara de Comercio (RUES) el nombre del restaurante, el cual no se encuentra registrado.

Imagen 1. Información de registro del nombre del Restaurante.



Nota: Imagen tomada de (RUES, s.f.) donde se puede evidenciar que el nombre del restaurante es auténtico y no está registrado.

 LOS LIBERTADORES FUNDACIÓN UNIVERSITARIA	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
--	---	---

1.2. Descripción de la empresa

El modelo de negocio que se quiere presentar va orientado a la creación de un restaurante con Ambientación Mexicana y comida Tex-Mex llamado “restaurante Mr. Cely Pimientos”, donde el ideal es tener un ambiente familiar y amigable, el enfoque para lograr esto es la decoración y/o ambientación del lugar. Además de esto, se pretende añadir al menú entradas para compartir en familia, platos principales típicos de México, salsas y guarniciones con diferentes niveles de picante y postres. Adicional a esto, se pretende abrir espacios para celebrar todo tipo de eventos, con una reserva anticipada.

El restaurante se tiene pensado como ubicación el Barrio Modelia de la Ciudad de Bogotá, debido a su concurrida vida nocturna, el cual tendrá una capacidad instalada de 68.14 platos como potencial de producción o máximo de platos vendidos.

1.3. Identidad corporativa

Se entiende como identidad corporativa como la unión de diferentes elementos que debe contener la empresa para distinguirse de la competencia; entre estos elementos está el logo, el slogan y el merchandising. (*Leon Ale, 2015*). “Mr. Cely Pimientos” su nombre se crea teniendo en cuenta la tradición de mantener el apellido como parte de reconocimiento de las empresas familiares por más de 30 años.

Slogan: “Comida diferente y deliciosa”

Logo: El logo se representa con un pimiento para darle sentido al nombre, el fuego representa el nivel de picante que pueden tener las salsas, los colores de las letras es la representación



de la bandera de México y de fondo se tiene un desierto representando el desierto la frontera de Texas y México.



Teoría del color:

Rojo: Representa el nivel de picante que puede llegar a tener la comida Tex Mex ya sea que el mismo esté entre el plato o adicional y hace parte de los colores de la bandera de México.

Naranja, amarillo y café: Representa el desierto que caracteriza al lugar donde se crea este tipo de comida.

Blanco y verde: Representan la bandera de México.

1.4.Misión

Somos una empresa dedicada a innovar, producir y comercializar comida mexicana, cumpliendo las necesidades y exigencias de nuestros clientes, para ser reconocida por la excelente atención al cliente y alta calidad de sus productos.



1.5 Visión

Posicionarnos en el primer lugar del mercado de la comida TEX MEX para el periodo 2025, siendo reconocidos a nivel nacional, con un rápido y eficaz método de distribución de nuestros productos y lograr un crecimiento del 40%.

2. OBJETIVOS

2.1.Objetivo general

Presentar la propuesta de un restaurante temático con ambientación mexicana y comida Tex Mex, Mr. Cely Pimientos, con una oferta gastronómica diferente a la comida típica colombiana, para cambiar la cultura de consumo, con nuevos sabores y ambiente diseñado para que el cliente viva una excelente experiencia, en la ciudad de Bogotá.

2.2.Objetivos específicos

Objetivo Social

Promover la creación de empleo para personas entre los 18 y 30 años de edad con la actitud, aptitud, capacidades y conocimientos adecuados para la preparación de los platos y servicio en el restaurante, trabajando de manera integrada para que los clientes nos prefieran.

Objetivo Económico

Generar métodos o estrategias que incrementen el tráfico de clientes, aumentar el ticket medio por cliente contribuyendo al desarrollo económico del sector aumentando la demanda a la que está proyectada el restaurante.



Objetivo Ambiental

Establecer una política de sostenibilidad basada en la normatividad vigente (Decreto 465 de 2020) que permita evitar el desperdicio de alimentos y de recursos contribuyendo así al medio ambiente, cumplimiento de las normas de bioseguridad, BPM en las instalaciones generando seguridad a los clientes.

Objetivo Tecnológico

Implementar aplicaciones de domicilios como lo son Rappi y/o Ifood, página web y lo que pueda contribuir con el incremento en ventas e ingresos para el restaurante.

2.3. Valores

Imagen 2. Valores corporativos



Nota: Grafica de autoría propia donde se visualiza cada uno de los valores corporativos del restaurante.



2.3.1. Modelo de negocio y modelo de procesos

Un modelo de negocio es el que describe las bases sobre las que la empresa se crea, proporciona y capta valor (*Osterwalder, 2010*). Es una proyección que se plantea la empresa para satisfacer las necesidades de sus clientes de manera rentable. Un modelo de negocio permite planificar a largo plazo, evitar errores costosos diseñando un negocio con potencial y tener una ventaja competitiva sobre la competencia con valor diferencial atrayendo a los clientes. (*¿Que Es Un Modelo De Negocio?, s.f.*)

El modelo negocio del Restaurante Mr. Cely Pimientos, es un tipo de negocio aditivo ya que es pequeño y sencillo de bajo riesgo financiero, pero que desea tener un personal con conocimientos necesarios que permitan crecer más adelante gracias a la demanda que puede llegar a tener. (*Eolivier, 2018*)

 LOS LIBERTADORES FUNDACIÓN UNIVERSITARIA	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
--	---	---

Tabla 1. Modelo Canva para identificar los puntos clave para la creación del Restaurante.

ALIADOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACION CON LOS CLIENTES	SEGMENTO DE MERCADO
Plazas de mercado, Proveedor de publicidad (Cely Pais Crea), Postobón, Coca Cola	Publicidad con volantes, contar con el personal idóneo para cada actividad, promociones y contacto por dispositivo móvil	Atención de domicilios más rápidos (20 min desde la preparación y entrega del plato), comida típica Mexicana, adecuación del lugar para diferentes ocasiones y degustación de salsas con diferentes niveles de picante.	Redes sociales, Tik Tok, influencers, página web, voz a voz y publicidad de los platos a ofrecer	Personas con edad entre 26 y 35 años que les guste la comida Tex Mex o que deseen probar esta comida, que les guste compartir con familia y amigos; con un poder adquisitivo promedio para poder disfrutar de la variedad de platos que ofrece el restaurante.
	RECURSOS CLAVE Talento humano, recurso financiero, recursos físicos (Local, muebles y maquinaria)		CANALES DE DISTRIBUCIÓN Redes sociales, página web, móvil, canal directo y domicilios	
ESTRUCTURA DE COSTOS			FLUJO DE INGRESOS	
Fijos: Salarios Variables: Servicios y materia prima			Financiación: Crédito, recursos propios y ventas totales generadas.	

Nota: Modelo canva realizado por las estudiantes donde se evidencia cada punto a tener en cuenta para la puesta en marcha del proyecto



2.2.3. Procesos y mapas de procesos.

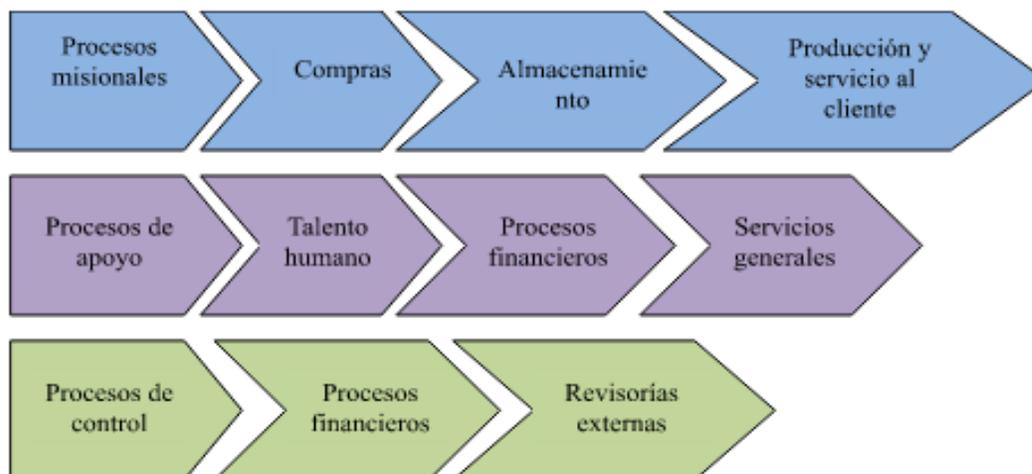
Estructura de procesos de control, procesos de apoyo y procesos misionales

Tabla 2. Información sobre los procesos que permiten desde las necesidades de los comensales llegar a la calidad y satisfacción deseada.

Entradas	Tipos de proceso	Procesos	Salidas
Necesidades de los comensales	Procesos misionales	Compras, almacenamiento, producción y servicio al cliente	 <u>Calidad</u>
	Procesos de apoyo	Talento Humano, procesos financieros, servicios generales	 <u>Rentabilidad</u>
	Procesos de control	Procesos financieros, revisorías externas	

Nota: Estructura de procesos realizada por las estudiantes donde se evidencia la composición de cada uno para llegar a la satisfacción del cliente.

Imagen 3. Mapa de procesos



Nota: Mapa de procesos por autoría propia.



Imagen 4. *Ciclo PHVA*

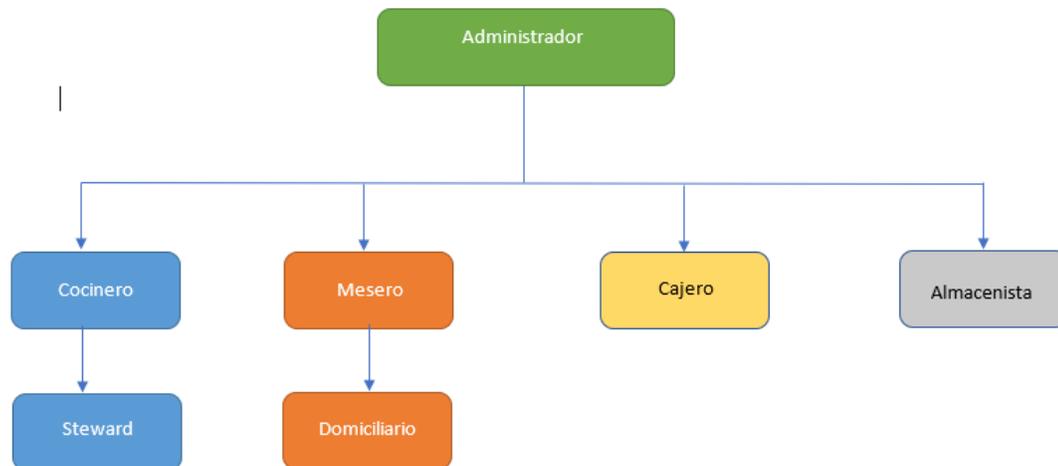


Nota: Imagen adaptada de (jcv)[imagen] donde se ve el ciclo a seguir para la buena administración del proyecto del restaurante.



3. Estructura organizacional

Imagen 5. Organigrama.



Nota: Organigrama de autoría propia donde se puede evidenciar los cargos que se necesitan para el funcionamiento del restaurante.



3.1. Tabla salarial en COP

Tabla 3. Información de salarios por cada cargo.

CARGO	# DE EMPLEADOS	SALARIO BASICO	PROVISIÓN 52%	SALARIO NETO MENSUAL	SALARIO NETO ANUAL
Administrador	1	\$ 2.117.172	\$ 1.100.929	\$ 3.218.101	\$ 38.617.217
Cocineros	2	\$ 1.417.172	\$ 736.929	\$ 4.308.203	\$ 51.698.435
Steward	2	\$ 1.147.172	\$ 596.529	\$ 3.487.403	\$ 41.848.835
Meseros	2	\$ 1.217.172	\$ 632.929	\$ 3.700.203	\$ 44.402.435
Cajero	1	\$ 1.317.172	\$ 684.929	\$ 2.002.101	\$ 24.025.217
Domiciliarios	2	\$ 1.417.172	\$ 736.929	\$ 4.308.203	\$ 51.698.435
Almacenista	1	\$ 1.517.172	\$ 788.929	\$ 2.306.101	\$ 27.673.217
Total		\$ 10.150.204	\$ 5.278.106	\$ 23.330.316	\$ 279.963.790

Nota: De autoría propia donde se evidencia el salario por cargo mensual y anualmente.



3.1.1. Manual de funciones y descripción de cargos.

Tabla 4. Perfil de cargo del cocinero.

Perfil de cargo	
Identificación del perfil de cargo	
Cargo	Cocinero
Nivel Jerárquico	Operativo
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ● Cocinar los platos a solicitud del cliente teniendo en cuenta las recetas estándar ● Alistar el Mise & Place ● Preparación de salsas y guarniciones ● Mantener su puesto de trabajo libre de elementos que no pertenezcan a su área y limpia. 	
Habilidades	Rapidez Iniciativa Creatividad Trabajo en equipo Trabajo bajo presión Manejo y técnica de todos los utensilios
Competencias	Dominar técnicas culinarias Conocimiento en el área Gestión del tiempo Manejo de recursos Conocimiento en BPM Organización
Requerimientos	
Educación	Experiencia
Técnico en cocina	1 año en el cargo

Nota: Autoría propia

 LOS LIBERTADORES FUNDACIÓN UNIVERSITARIA	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
--	---	---

Tabla 5. Perfil de cargo del administrador.

Perfil de cargo	
Identificación del perfil de cargo	
Cargo	Administrador
Nivel Jerárquico	Estratégico
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ● Crear y aplicar estrategias de marketing ● Mejorar las estrategias de servicio al cliente ● Supervisar las ganancias del restaurante ● Mantener actualizada la contabilidad ● Supervisar el manejo de caja y efectivo ● Supervisar el servicio 	
Habilidades	Trabajo en equipo Adaptación al cambio Orientación a resultados Compromiso organizacional Manejo de conflictos
Competencias	Orientar equipos de trabajo para el logro de los objetivos Formular estrategias para el fomento de la productividad de los recursos Orientación a los resultados para maximizar el uso de recursos Manejo de herramientas ofimáticas
Requerimientos	
Educación	Experiencia
Profesional en Administración Turística y Hotelera	4 años de experiencia en cargos relacionados

Nota: Autoría propia



Tabla 6. Perfil de cargo del steward.

Perfil del cargo	
Cargo	Steward
Nivel Jerárquico	Operativo
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ● Lavado de utensilios y menaje ● Lavado y desinfección de la cocina y maquinaria ● Suministro de utensilios y menaje ● Descanecado y limpieza de canecas 	
Habilidades	Trabajo en equipo Adaptación al cambio Rapidez Seguir instrucciones
Competencias	Actitud positiva Conocimiento en BPM Organización Clasificación de residuos
Requerimientos	
Educación	Experiencia
Bachiller	6 meses de experiencia

Nota: Autoría propia



Tabla 7. Perfil de cargo del mesero.

Perfil de cargo	
Identificación del perfil de cargo	
Cargo	Mesero
Nivel Jerárquico	Operativo
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Atender a los comensales en el primer instante • Presentar la carta y estar atento a las inquietudes presentadas • Toma de pedidos, marcharlos en cocina y pasar a caja para su registro • Entregar el pedido en la mesa según solicitud en los tiempos establecidos • Ofrecer adicionales, postres y demás para incrementar la venta • Entregar la cuenta al comensal 	
Habilidades	Comunicación asertiva Orientación a las ventas Control del estrés Rapidez Iniciativa Seguir instrucciones
Competencias	Servicio al cliente Trabajo en equipo Orientación al servicio Trabajo bajo presión Actitud positiva Conocimiento en BPM Inteligencia emocional
Requerimientos	
Educación	Experiencia
Técnico en mesa y bar	1 año en el cargo

Nota: Autoría propia



Tabla 8. Perfil de cargo del cajero.

Perfil de cargo	
Identificación del perfil de cargo	
Cargo	Cajero
Nivel Jerárquico	Operativo
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ● Cobrar según pedido solicitado ● Realizar cierres de caja en entrega de turno y cierre ● Estar atento a las solicitudes de los comensales ● Mantener al tanto al administrador de cualquier eventualidad que se presente 	
Habilidades	Comunicación asertiva Orientación a las ventas Control del estrés Manejo de medios de pago
Competencias	Servicio al cliente Trabajo en equipo Orientación al servicio Trabajo bajo presión
Requerimientos	
Educación	Experiencia
Bachiller	1 año en el cargo

Nota: Autoría propia

 LOS LIBERTADORES FUNDACIÓN UNIVERSITARIA	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
--	---	---

Tabla 9. Perfil de cargo del domiciliario.

Perfil de cargo	
Identificación del perfil de cargo	
Cargo	Domiciliario
Nivel Jerárquico	Operativo
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Organizar la ruta del día • Verificar que los pedidos vayan completos • Recibir y verificar el dinero y entregarlo en el restaurante 	
Habilidades	Comunicación asertiva Orientación a las ventas Control del estrés Manejo de medios de pago
Competencias	Rapidez Trabajo bajo presión Servicio al cliente Conocimiento en BPM
Requerimientos	
Educación	Experiencia
Bachiller con licencia de conducción	1 año de experiencia

Nota: Autoría propia

 LOS LIBERTADORES FUNDACIÓN UNIVERSITARIA	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
--	---	---

Tabla 10. Perfil de cargo del almacenista.

Perfil de cargo	
Identificación del perfil de cargo	
Cargo	Almacenista
Nivel Jerárquico	Operativo
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ● Solicitar cotizaciones a los proveedores y hacer comparativos ● Ingreso de facturas ● Generar órdenes de compra ● Generar informes que solicite el administrador ● Estar pendiente de los pagos a los proveedores para evitar bloqueos ● Realizar inventarios mensuales y anuales 	
Habilidades	Comunicación asertiva Confiabilidad Puntualidad Organización
Competencias	Acuerdo con los proveedores Capacidad de análisis Trabajo en equipo Servicio al cliente Conocimiento en medidas de seguridad de alimentos Conocimiento en BPM
Requerimientos	
Educación	Experiencia
Técnico en logística	1 año en el cargo

Nota: Autoría propia

4. Portafolio de Productos y servicios

El restaurante Mr. Cely Pimientos estará inspirado en una combinación de cultura y sabores tradicionales mexicanos, que estará ubicado en el barrio Modelia de la ciudad de Bogotá donde encontrarán platos con diferentes niveles de picante y tradicionales como los tacos o burritos con emplatados únicos con precios al alcance de todos.

Será un lugar acogedor el cual se podrá acomodar según las necesidades del cliente y la ocasión; este tendrá un horario de almuerzo y cena de lunes a jueves de 11:30 am 9:00 pm, viernes y sábados de 12:00 pm a 10:00 pm y domingos y festivos de 12:00 pm a 9:00 pm.



El restaurante contará con aplicaciones de domicilios como Diddy, Ifood, Rappi y como medios de pago, Nequi, tarjeta débito/crédito y efectivo.

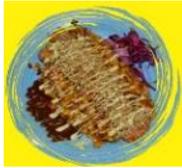
Tabla 11. Menú o carta.

Productos	Ingredientes	Imagen	Precio
Antojos			
Quesadillas	Tortilla de trigo, rellena con queso, pollo desmechado y carne de res.		\$ 18.150
Nachos	Dips de maíz, acompañados de guacamole, pico de gallo, queso cheddar y salsa showy.		\$ 13.500
Platos Tex Mex			
Flautas	4 rollos de tortillas de trigo freídos, rellenos de carne y pollo, gratinados, acompañados de guacamole y pico de gallo		\$25.500
Carnitas BBQ	Trozos de lomo de cerdo, lomo de res y cubos de pollo, bañados en BBQ, con cebolla, pimentón, acompañado de papa a la francesa y ensalada texmex.		\$ 35.000
Enchilada	Tortilla de trigo rellena de pollo desmechado, champiñones y maíz,		



Productos	Ingredientes	Imagen	Precio
	bañado en crema de leche y salsa showy gratinado.		\$ 21.900
Alambre	Plato tradicional de pierna de cerdo y piña, acompañado de arroz, guacamole, pico de gallo, lechuga, queso y dos tortillas medianas.		\$ 23.900
Festival de tacos	3 tortillas de maíz, rellenas de lechuga, una de pollo, otra de carne desmechada y la última de cerdo y piña acompañados de guacamole, pico de gallo y salsas.		\$ 23.800
Burro mixto	Envuelto en tortilla de trigo, relleno de lechuga, queso, carne y pollo desmechado.		\$ 21.300
Burro al pastor	Envuelto en tortilla de trigo, relleno de lechuga, guacamole, pico de gallo, arroz y tiras de carne de cerdo. (También se maneja burrito vegetariano, con maíz, champiñones y queso).		\$ 22.200



Productos	Ingredientes	Imagen	Precio
Maíz pimientos	Maíz tierno, con trozos de pollo y cerdo bañado en BBQ y queso, acompañado de papa cabello de ángel y salsa showy.		\$ 17.100
Hamburguesa			
Pastor	Hamburguesa de 100 gr envuelta en tortilla rellena con lechuga, guacamole, pico de gallo, queso y tiras de cerdo bañadas en BBQ.		\$ 21.900
Texana	Hamburguesa de 110 gr en pan, acompañada de lechuga, salsa BBQ y showy, queso y una capa de carne desmechada con guacamole.		\$ 25.800
Perros			
Texano	Perro caliente envuelto en tortilla de trigo, relleno de salchicha americana, papa cabello de ángel y queso, todo bañado en BBQ.		\$ 21.400
Citadino	Perro caliente en pan, con salchicha americana, pollo, carne desmechada, papa cabello de ángel y queso, bañado en BBQ y salsa showy.		\$ 15.400
Postres			



Productos	Ingredientes	Imagen	Precio
Fajitas dulces	Tortillas pequeñas rellenas de arequipe y queso.		\$ 13.000
Bebidas			
Jugos naturales	En agua o en leche		\$ 2.500 \$ 3.500
Agua fresca	Jamaica		\$ 3.500
Gaseosa / Cervezas	De 400 ml/ Corona, club Colombia y Tecate		\$ 3.000 \$ 5.000 \$ 6.000
Tequila	Shot de temporada		\$ 8.000

Nota: Autoría propia



Tabla 12. Recursos físicos o activos fijos.

RECURSOS FÍSICOS O ACTIVOS FIJOS				
ELEMENTO	DESCRIPCIÓN DEL ELEMENTO	CANTIDAD	VALOR UNIT	VALOR TTL
EQUIPO MIXTO CON PARRILLA, PLANCHA Y FREIDORA DOBLE	Equipo mixto de cocina que ofrece una variedad de servicios como asado a la plancha o en parrilla y todo tipo de fritura. Estructura en acero satinado calibre 20 AISI 430 cubierto a tres lados y rodachinas para fácil desplazamiento. Sistema de gas compuesto por quemadores de alto rendimiento en hierro soldado, válvulas de ajuste mecánico y perillas de lujo. Consta de: Una parrilla asadora en acero inoxidable de 60 cms con piedras refractarias que nos permiten una fuente de calor más limpia, una plancha asadora de 60 cms en platina de hierro de ¼” y dos freidoras de 30 cms con una porta canastilla especial. Medidas aprox.: 1.80 x 0.55 x 0.90 mts.	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
NEVERA REFRIGERADOR PANORAMICO VERTICAL	1 puerta Transparente, Modelo: TG4100R4P, Gran Capacidad y Bajo Consumo Etiqueta Energética CE, Ideal Para Almacenar Materias Primas o Productos Terminados	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
MESONES ACERO INOXIDABLE	Mueble y entrepaño en acero inoxidable. Con salpicadero de 12.5 cm. Patas en tubo de acero inoxidable con nivelador. Dimensiones: 100 x 69 x 87 cm	2	\$ 200.000	\$ 400.000
HORNO MICROONDAS	Con el Horno Microondas 17L Blanco Electrolux prepara y calienta tus comidas. Programa sin preocuparte por el tiempo o la potencia con la Función Descongelar por tipo de alimento. Mediante la circulación del aire que proporciona la Función Elimina Olor, deja tu microondas siempre listo para preparar o calentar la siguiente receta. El Horno Microondas Electrolux posee	1	\$ 280.000	\$ 280.000



RECURSOS FÍSICOS O ACTIVOS FIJOS				
ELEMENTO	DESCRIPCIÓN DEL ELEMENTO	CANTIDAD	VALOR UNIT	VALOR TTL
	opciones prácticas que facilitan tu día a día, como el Menú para Niños, que incorpora tres funciones preprogramadas que facilitan la reparación de las recetas favoritas de los niños, como palomitas, quesadillas y avena. Los platos preparados con mayor frecuencia, como arroz, papas y pastas, ahora son más accesibles gracias al Menú Diario, que permite que tu semana sea más práctica; solo actívalos con un toque en el panel moderno.			
CONGELADOR INDUSTRIAL	El Congelador Vertical EFUP22P3HRG Electrolux cuenta con un diseño innovador ideal para guardar una gran variedad de comida. Mejor organización: Distribuya mejor sus productos con los niveladores del congelador. Manija externa: Diseño innovador que facilita la apertura de la puerta. Mayor durabilidad y resistencia para su producto. Comodidad: Los cajones de plástico facilitan la organización y visualización de los alimentos.	1	\$ 2.200.000	\$ 2.200.000
MAQUINA REGISTRADORA	Caja registradora cuenta con dos pantallas una para operador y otra para cliente. Mejore su productividad de la mano de la caja registradora con la app ECR para visualizar al detalle todas sus operaciones en cualquier computadora con WINDOWS. Personalice la tirilla, la caja registradora permite ubicar dos logos de su empresa en la tirilla, toda la información siempre a la mano, la caja registradora le permite verificar sus ventas y operaciones a través de la app o en la misma registradora.	1	\$ 600.000	\$ 600.000
JUEGOS DE MESAS Y SILLAS (4 sillas por mesa)	Mesa 90 x 60 madera enchapado en formica estructura metálica base H con sillas tejida patas metálicas acabado pintura electrostática.	7	\$ 200.000	\$ 1.400.000



RECURSOS FÍSICOS O ACTIVOS FIJOS				
ELEMENTO	DESCRIPCIÓN DEL ELEMENTO	CANTIDAD	VALOR UNIT	VALOR TTL
SOFAS PUFF	- Elaborado en Lona HR (Hi-Resistance) de gran resistencia. Medidas 140 x 75 x 75 (Largo x Ancho x Alto). Relleno en PentaFill PCA® icopor particulado 50% y 50% Efoam (espuma tipo esponja, densidad blanda suave). Doble Costura interna. Únicos con Sistema INEX - Permite la libre circulación del aire, evitando que explote y reduce la compactación del relleno.	3	\$ 150.000	\$ 450.000
CELULAR	Celular Samsung Galaxy J2 Prime Lte 4g Dorado Sm-G532mzddcoo Descripción Es el primer smartphone de Samsung en incorporar Smart Glow, un anillo de luz alrededor del lente de cámara trasera que funciona como LED de notificaciones, pero expande las notificaciones a otras funcionalidades como identificar llamadas entrantes por contacto, avisar sobre el estado de la batería, y demás. En cuanto a especificaciones, se trata de un smartphone Android con una pantalla Super AMOLED HD de 5 pulgadas, procesador quad-core a 1.5GHz, 1.5GB de RAM, 8GB de almacenamiento interno expandible, cámaras de 8 y 5 megapixels, batería de 2600 mAh y Android 6.0 Marshmallow.	1	\$ 200.000	\$ 200.000
GRAMERA	Pantalla retro iluminada. Bandeja redonda de 15cm de diámetro. Visor digital LCD. Usos: Cocina, restaurantes, joyerías, negocios, otros. Usa dos pilas AA Graduación: de 1 en 1 gr. Incluye: indicador de batería baja. Función de ahorro de energía. Auto apagado cuándo no está en uso. Botón de selección gramos y onzas Función Tare. Función error de sobrecarga. Dimensiones: 24x17x4cm.	1	\$ 15.600	\$ 15.600



RECURSOS FÍSICOS O ACTIVOS FIJOS				
ELEMENTO	DESCRIPCIÓN DEL ELEMENTO	CANTIDAD	VALOR UNIT	VALOR TTL
LICUADORA	Disfruta de preparaciones más rápidas debido a el nuevo diseño robusto e innovador. La licuadora Power Mix Glass cuenta con una potencia de 550 Watts, que se traduce en un ahorro de tiempo y permite un mejor resultado en las preparaciones. Por su vaso de gran capacidad, permite la preparación de licuados de hasta 1.25 litros. Su diseño en vidrio asegura la no absorción de olores de alimentos, ni decoración del vaso.	2	\$ 60.000	\$ 120.000
PLATOS	plato de colores en cerámica semi curvos	153	\$ 6.000	\$ 918.000
CUCHILLOS MARCA KAROL MODELO 41012	Cuchillo de sierra de mesa en acero con mango en plástico negro de 20 cm	140	\$ 1.400	\$ 196.000
TENEDORES MARCA WINCO	Tenedor para mesa en acero inoxidable de 17 cm de largo	72	\$1.708	\$239.120
VASOS VIDRIO	vaso de cristal de 9 onzas transparente	272	\$ 3.000	\$ 816.000
COPA VIDRIO	copa para shot de tequila	272	\$ 1.800	\$ 489.600
TOTAL				\$ 10.824.320

Nota: Autoría propia

Tabla 13. Materiales y suministros.

MATERIALES Y SUMINISTROS PARA TRABAJAR PROYECTADO A 2 MESES			
PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
PAPA FRANCESA (paquete 2.5 Kl)	18	\$ 19.000	\$ 342.000
MAIZ TIERNO (bolsa kilo)	61	\$ 9.000	\$ 549.000
PULPAS DE FRUTA (bolsa por 10 unid)	30	\$ 8.000	\$ 240.000
PAN DE PERRO (paquete por 10 unid)	20	\$ 6.000	\$ 120.000
PAN DE HAMBURGUESA (paquete por 10 unid)	20	\$ 8.000	\$ 160.000
SALSA BBQ (bolsa por kilo)	48	\$ 5.000	\$ 240.000
SALSA SHOWY (bolsa por kilo)	25	\$ 12.000	\$ 300.000
CREMA DE LECHE (bolsa por kilo)	8	\$ 13.000	\$ 104.000
CERDO (libra)	16	\$ 8.000	\$ 128.000
PECHUGAS (kilo)	18	\$ 12.000	\$ 216.000
LOMO FINO DE RES (kilo)	10	\$ 46.000	\$ 460.000



MATERIALES Y SUMINISTROS PARA TRABAJAR PROYECTADO A 2 MESES			
PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
SALCHICHA AMERICANA (paquete por 16 unid)	8	\$ 23.000	\$ 184.000
CARNE DE HAMBURGUESA (caja por 30 unid)	4	\$ 69.000	\$ 276.000
PAPA CABELLO DE ANGEL (kilo)	4	\$ 11.500	\$ 46.000
QUESO TAJADO (bloque)	8	\$ 39.000	\$ 312.000
LECHUGA (unidad)	10	\$ 2.000	\$ 20.000
TOMATE (libra)	20	\$ 5.300	\$ 106.000
AGUACATE (libra)	20	\$ 7.000	\$ 140.000
TORTILLAS (paquete por 12 unid)	40	\$ 2.800	\$ 112.000
PIÑA ACARAMELIZADA (bolsa por libra)	3	\$ 4.500	\$ 13.500
CHAMPIÑONES (bandeja por libra)	10	\$ 9.000	\$ 90.000
ARROZ (paca por 25 libras)	1	\$ 39.900	\$ 39.900
BROWNIE (unidad)	10	\$ 1.300	\$ 13.000
HELADO (tarro por litro)	5	\$ 9.000	\$ 45.000
AREQUIPE (tarro por 200 ml)	3	\$ 5.000	\$ 15.000
MORA (libra)	6	\$ 5.300	\$ 31.800
TOCINO DE CERDO (kilo)	8	\$ 11.000	\$ 88.000
PACA DE GASEOSA COCA-COLA DE 400	20	\$ 18.000	\$ 360.000
PACA DE GASEOSA POSTOBON SURTIDA DE 400	10	\$ 13.000	\$ 130.000
CERVEZA TECATE POR 24 UNID	8	\$ 36.000	\$ 288.000
CERVEZA CORONA PO R 24 UNID	5	\$ 102.000	\$ 510.000
BOTELLA DE TEQUILA JOSE CUERVO	1	\$ 74.500	\$ 74.500
BOTELLA DE TEQUILA EL JIMADOR	1	\$ 98.700	\$ 98.700
BANDEJAS 9 1 (paca por 200)	2	\$ 58.000	\$ 116.000
TOTAL			\$ 5.968.400

Nota: Autoría propia



5. COMPONENTE DE ESTUDIO DE MERCADOS Y COMERCIAL

5.1. Descripción macroeconómica de Colombia

El año 2020 fue difícil de pasar por los cambios que contrajo con la llegada del covid 19 ya que no solo fue en materia económica sino también familiar, de nuevas políticas públicas, materia empresarial e internacional; obligó al mundo, en este caso, a Colombia a tomar medidas restrictivas y fuertes como el confinamiento de la población durante varios meses y con esto cierres de establecimientos de todo sector, con restricción de operaciones y movilidad generando cambios drásticos en la economía del país (*Andi, s.f.*); pero según (*Becerra, 2022*), en Colombia la economía creció en un 9,9% el 2021, la cual fue una mejora a comparación del 2020 que fue de 7,7%, y con las estimaciones que realizó el Banco Mundial se espera que para el año 2023 se tenga un crecimiento más de 3,5% gracias a los avances el proceso de vacunación en el país. Debido al incremento que han tenido los costos de producción en el exterior y devaluación del peso se proyectó que la inflación aumentara el año pasado y volviera a bajar en el 2022 a un 3%; Colombia ha tenido una recuperación lenta de las exportaciones de petróleo y turismo en comparación a las importaciones. (*Colombia: Panorama General, s.f.*) Ya para el año en curso 2022, (*De la Hoz, 2022*) indica en el diario La República, que el Fondo Monetario Internacional (FMI) según sus análisis la economía tendrá un crecimiento superior al 5,8%. Para finalizar, en cuanto al desempleo, según (*Becerra Elejalde, 2021*) el Banco de la República hace estimaciones indicando que este seguirá en descenso gradual hasta llegar a una estimación del 11,4%.



5.1.1. Análisis del sector

El Dane informa que el PIB de actividades como el servicio de comidas pasaron de 10,2% en el cuarto trimestre del 2020 al 52,4% en el mismo tiempo del año pasado, y con este crecimiento se puede decir que las personas ya pasaron por alto el Covid-19, como si no hubiera existido dicha pandemia y este crecimiento que la economía ha tenido a ayudado al aumento de nuevos empleos, ventas en los establecimientos gastronómicos y nuevos emprendimientos. (*Semana, 2022*). A pesar de la situación económica de Colombia, el sector gastronómico en el primer semestre de 2020 registró el cierre de 48 mil establecimientos gastronómicos, según Acodres. De acuerdo con Carolina Parra, Presidenta de Gato Dumas, el sector gastronómico promete un surgimiento de emprendimientos gastronómicos adaptados a la nueva realidad y los prestigiosos reconocimientos que han obtenido chefs colombianos, quienes dan muestra de talento y resiliencia en el exterior. (*Gato Dumas, s.f.*) Colombia es un referente en la gastronomía y por eso actualmente vive el renacimiento de una industria que si bien hace pocos meses registraba indicadores negativos, hoy da muestras de esperanza gracias a la tecnología, resiliencia, creatividad y talento que promete un incremento en la economía y así mismo según “Fenalco” se reportaron ventas no presenciales o de domicilios de 98.7% con una variación de 120%. (*Portafolio, 2021*) Pasando a los retos a los que se enfrenta el sector de los restaurantes, es la transformación digital, el uso y la implementación de las herramientas digitales, los domicilios contando con tiendas virtuales para facilitar los pedidos, el manejo de los cambios referentes a los protocolos de bioseguridad. (*Pymas, s.f.*)



Para el año en curso el sector gastronómico tiene varios retos a los cuales debe enfrentarse para terminar de salir a flote, como la dificultad de conseguir mano de obra que desee volver a la presencialidad después de un buen tiempo trabajando desde casa, a poder conseguir los mismos ingredientes con los que se trabajaba antes y claro está a precios mucho más elevados; pero no todo es negativo ya que también hay nuevas tendencias como el aumento o la implementación del servicio de domicilio, el ingresar al mundo de comida saludable y la era de transformación digital. (*Spiwak, s.f.*)

5.2. Estudio de mercado

El estudio de mercado se realizó por medio de una encuesta de 11 preguntas a una muestra de 161 personas de una parte de la población de Modelia equivalente a 780 personas que corresponde aproximadamente a el 20% de la población que reside en la UPZ de Modelia (3872), teniendo en cuenta varios factores como: la edad, cuánto estaría dispuesto a pagar, frecuencia de visita, medios de pago, entre otros, y se obtuvieron los siguientes resultados:

¿En que rango de edad se encuentra usted?

161 responses

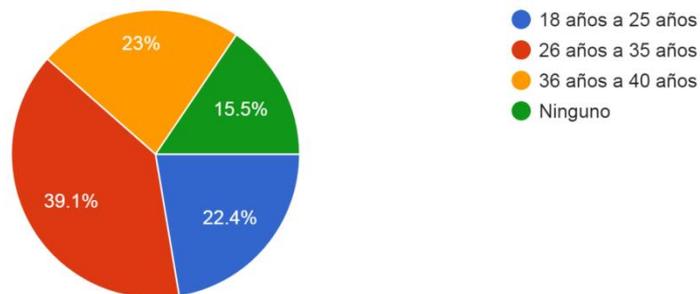




Imagen 6. *Edad del mercado objetivo*

En lo que concierne a la edad de la población que se pretende tener como mercado objetivo se puede evidenciar que el rango de edad más alto es el de **26 a 35 años** con un porcentaje de **39.1%** seguido del de **36 a 40 años** con un porcentaje de **23%**, mercado que por lo general tiene un trabajo estable y un poder adquisitivo adecuado para pagar un tipo de comida como el que se ofrecerá en el restaurante.

¿Con que frecuencia visita usted restaurantes con temática de otros países en la ciudad de Bogotá?

161 responses

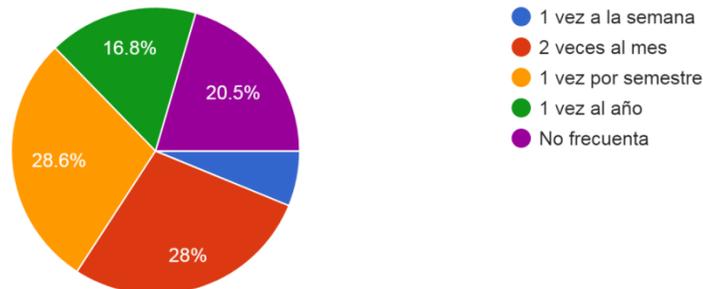


Imagen 7. *Frecuencia de visitas a restaurantes temáticos*

En esta gráfica se evidencia que a pesar del poder adquisitivo del mercado la frecuencia más alta de visitas a establecimientos temáticos es del **28,6%** referente a 1 vez por semestre seguido de 2 veces al mes con un porcentaje de **28%**, y se puede decir que solo los visitan por fechas especiales.



¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por un plato de carnitas BBQ (Trozos de lomo de cerdo, lomo de res y cubos de pollo, bañado en BBQ, con ceb...compañado de papa francesa y ensalada Tex Mex)?
161 responses

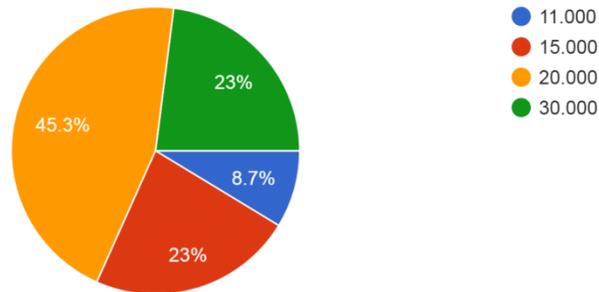


Imagen 8. Valor dispuesto a pagar

La gráfica muestra que un **45.3%** de la muestra estaría dispuesto a pagar por un plato de Carnitas BBQ un precio de \$20.000 seguido de \$15.000 y \$30.000, comparado con el restaurante de Mis Carnes Parrilla que un plato de carnitas tiene un valor que oscila entre los \$60.000.

¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por un plato de Festival de tacos (3 tortillas de maíz rellenas de lechuga, una de pollo, una con carne desmechada ...mpañadas de guacamole, pico de gallo y salsas)?
161 responses

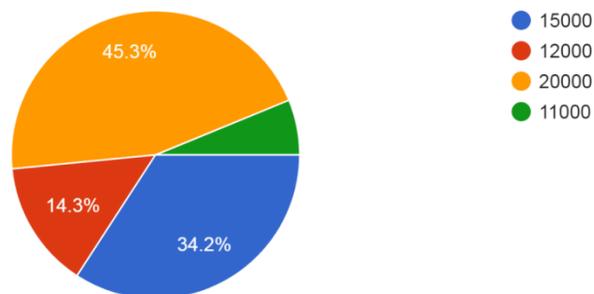




Imagen 9. Precio ofrecido por el mercado.

Las personas están dispuestas también a pagar por un plato de Festival de tacos un valor entre \$15.000 y \$20.000 con un porcentaje de **45.3%** y **34.2%** y el precio lo podemos comparar y comparando el precio con el Restaurante Don Benítez que vende 1 taco por \$4.900, se puede decir que Festival de tacos está dentro del rango de precios del mercado.

¿Que tanto nivel de picante estaría dispuesto a experimentar en un restaurante Tex Mex?
161 responses

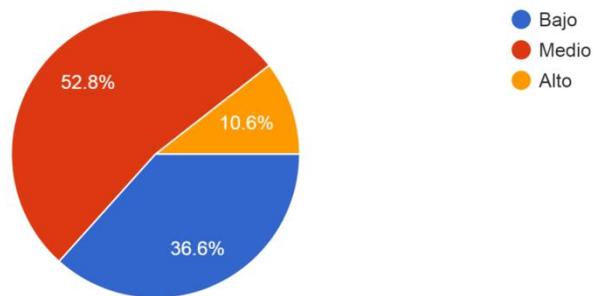


Imagen 10. Nivel de picante dispuesto a probar.

Las personas están dispuestas a probar niveles de picante medio-bajo con un porcentaje que nos muestra la gráfica entre **36,6%** y **52,8%** porque genera una sensación como de placer al arriesgarse a probar este nivel de picante antes de probar un nivel más alto.



¿Que presentaciones de chiles le gustaría encontrar?

161 respuestas

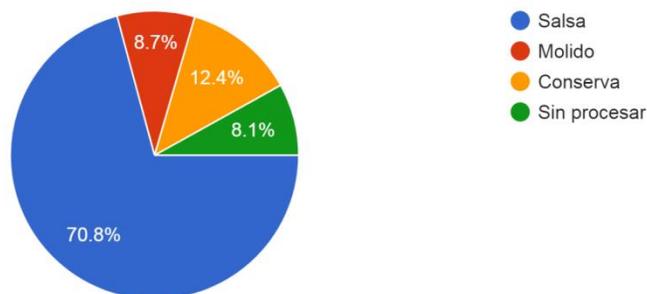


Imagen 11. *Presentación de chile.*

Se evidencia que las personas prefieren la presentación del chile o el picante en salsa con un porcentaje de **70.8%** otras preparaciones les suele ser más picantes que lo que pueden llegar a soportar.

¿Le gustaría que el picante estuviera inmerso en el plato o que se lo brindaran por aparte?

161 respuestas

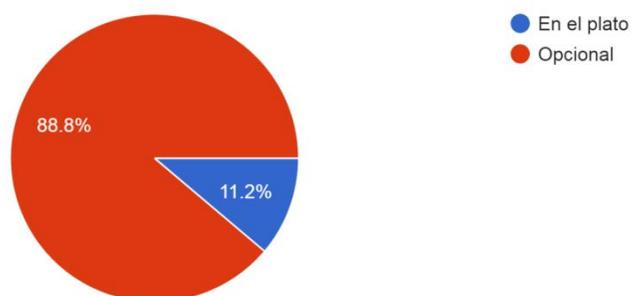


Imagen 12. *Opción de presentación del picante.*



Si bien a la mayoría de las personas les gusta el picante según lo que se ha evidenciado en las anteriores preguntas, siguen prefiriendo que el picante este de forma opcional con un porcentaje del **88,8%** para poder poner a su gusto y “aguante” y ya que el exceso de picante también puede ser perjudicial para personas que no lo toleran.

¿Cual es la razón por la que va a un restaurante?

161 responses

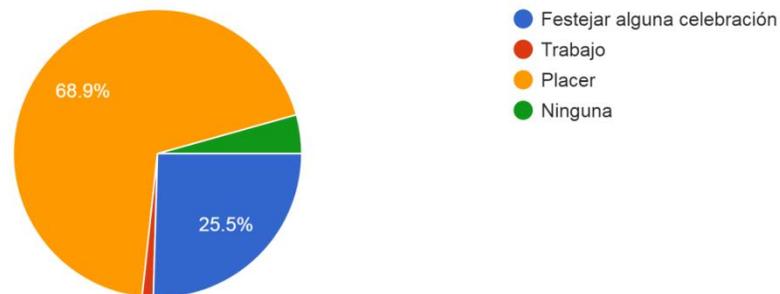


Imagen 13. Razones por las que visitan un restaurante.

En la gráfica se puede evidenciar que las personas encuestadas disfrutan de estos lugares más por placer que por cualquier otra cosa, ya que les permite distraerse y disfrutar de lugares diferentes a los habituales en su día a día.



¿Con quien frecuenta estos lugares?

161 responses

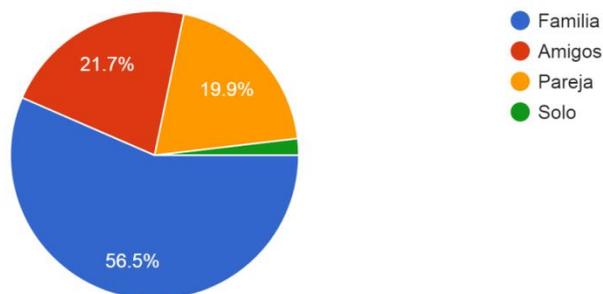


Imagen 14. *Con quien frecuenta este tipo de restaurantes.*

Las personas encuestadas según lo que nos arroja la gráfica, suelen disfrutar de estos lugares o restaurantes temáticos en familia con un porcentaje de **56,6%**. Últimamente después de la pandemia la gente suele disfrutar más momentos en familia que antes, y así generar un vínculo más sólido.

¿Que medios de pago suele usar cuando va a un restaurante?

161 responses

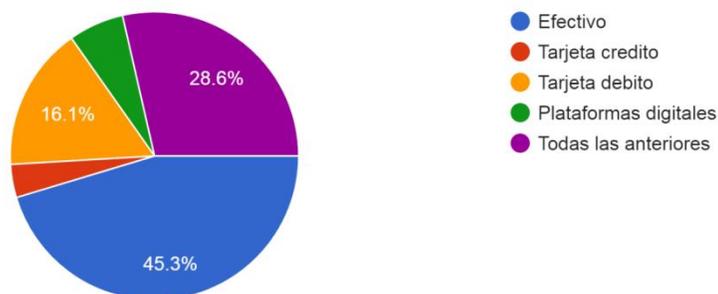




Imagen 15. Medios de pago.

A pesar de que tal vez las personas pueden tener todos los medios de pago como lo muestra la gráfica, estas suelen preferir pagar en efectivo con un porcentaje de **45,3%** seguido de todas las anteriores con un **28,6%** porque se puede tener un poco más de control del presupuesto que con una tarjeta de crédito o débito, ya que con tarjeta crédito, por ejemplo, tienen que diferir la compra en varias cuotas y suele salir más costoso.

¿Que platos espera encontrar en un restaurante de este estilo?

161 responses

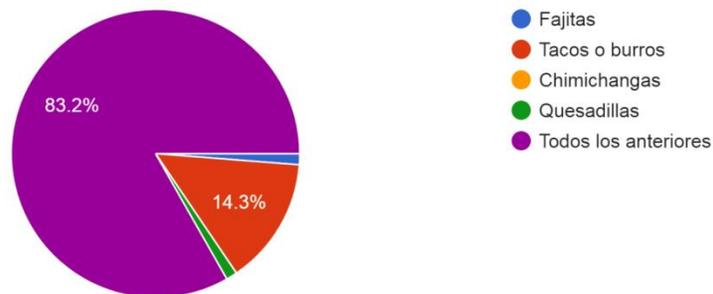


Imagen 16. Platos que esperan encontrar en el restaurante.

Haciendo un análisis de los platos que se pueden encontrar en un restaurante de temática mexicana, se deduce que estaríamos dentro de los estándares de estos ya que las personas esperan encontrar todos estos platos para tener variedad de donde escoger con un porcentaje del **83,2%**.



5.2.1. Análisis de la demanda

Según la encuesta realizada a 161 personas entre los 18 y 40 años de edad que corresponden al 20% de la población objetiva en la UPZ Modelia, el 39,1 % se encuentra en un rango de edad de 26 a 35 años manifestando que visitan restaurantes temáticos en familia con un porcentaje de 56.5 %, 1 vez por semestre con un 28,6% , que están dispuestos a pagar un precio aproximado de \$ 20.000 con un porcentaje de 45,3% y que desean encontrar variedad de platos con un nivel de picante medio.

5.2.2. Análisis de la oferta

En la localidad de Fontibón que es donde se encuentra la UPZ de Modelia tiene gran oferta gastronómica, que se encuentran ubicados en la Av. La Esperanza entre la Boyacá y Ciudad de Cali, como lo son La Salchipaperia (Comida rápida), pastelerías y cafeterías como Toledo y Madrid, piqueteaderos como Guadalajara; se resalta también el Centro Comercial de Modelia donde se encuentra ubicados los restaurantes como la Martina (pizzas), Mega Hot (Perros calientes), sushi, arroces, hamburgueserías, pastas, crepes y waffles, (Barreto, 22); los precios que tienen estos restaurantes oscilan entre los \$13.000 y \$70.000, de lo cual se puede deducir que el Restaurante Mr. Cely Pimientos por ser de este tipo de comida y ser temático puede competir en este sector de la ciudad.

5.2.3. Determinación de la demanda actual y potencial

La población suele consumir alimentos con un precio promedio de \$40.000 pesos por plato con un consumo per cápita del 23.7%, según (*Sanchez Rojas, 2022*).



Por lo tanto se halla la demanda potencial de platos ofrecidos en toda la localidad, aplicando la fórmula de la demanda potencial:

Q=Demanda potencial

n= Número de compradores (161* 23,7) /100= 38

P= Precio promedio del producto (40.000)

q=Consumo per cápita (23,7%)

Demanda potencial: Este resultado corresponde al máximo de platos vendidos por Mr. Cely Pimientos en el mercado gastronómico, así que de **161** encuestados, el **23,7%** compra los servicios a un precio promedio de **\$40.000** pesos, para unas ventas mensuales de **\$1.520.000**.

5.2.4. Análisis de la competencia

Tabla 14. Análisis de la competencia.

Restaurante	Producto	Precio
Arroz pa'vos	Arroces, chuleta, pollo	\$13.000 y \$ 17.000
Kukku sushi	Bocados de sushi	\$13.000 y \$42.000
Burger Legends	Hamburguesas	\$17.000
Star Burger	Hamburguesas	\$16.900 y \$24.900
Mega Hot	Comida rápida	\$20.000

Nota: Información referenciada de redes sociales de los restaurantes.

Como se menciona en el análisis de la oferta, y como se puede confirmar en el análisis de la competencia, el sector puede tener gran variedad gastronómica, competir con precios y diferentes preparaciones, pero venden el mismo producto, y en Modelia no hay restaurantes temáticos y tampoco del tipo de comida que el restaurante llegaría a ofrecer a sus residentes.



5.3. Perfil del consumidor

El perfil del consumidor es el que permite describir y analizar los puntos débiles, intereses, patrones de compra y características demográficas del mercado al cual se quiere llegar.

Para poder definir el perfil de consumidor que se desea hay que tener varios aspectos en cuenta como: demografía, consumo, estilo de vida, capacidad de compra, personalidad y ubicación. (*¿Cómo Describir El Perfil De Un Consumidor?, s.f.*)

Hay dos tipos de consumidores, el primero es el personal que es aquel que compra lo necesario para su vida cotidiana y su entorno familiar y el segundo es el organizacional que es aquel que compra para la compañía, empresa u organización dependiendo de las necesidades de la misma; sin embargo también se pueden clasificar dependiendo de la ubicación en la cadena: consumidor final que es aquel que da uso final al producto adquirido agotando su necesidad, y el otro consumidor es el intermedio que es aquel que compra para usar después o que compra para revender y están invirtiendo constantemente. (*Consumidor, s.f.*)

Según la encuesta...

26-35 años de edad: Se determinó según la encuesta realizada que la mayoría de la población en la UPZ de Modelia está en este rango de edad con un 39,1% evidenciando que es el grupo con mayor poder adquisitivo en la compra de este tipo servicios por la experiencia que puede generar en familia y amigos.



5.4. Estrategias Comerciales

Estrategias de distribución: Por tratarse de un servicio de alimentos, de producto terminado en el mismo restaurante sin necesidad de intermediarios, se realizará una distribución directa (empresa-cliente), venta directa.

Estrategias de precio: Se fijarán los precios basados en la oferta gastronómica del restaurante y la que ofrece la competencia teniendo en cuenta factores como el ambiente del lugar, el sector y el valor agregado que puede llegar a ofrecer el restaurante siendo el único de esta temática en el sector.

Estrategia de Promoción: Se realizará la carta de forma llamativa que no disguste tampoco a los clientes, hacer uso de las redes sociales como Facebook, tik tok, WhatsApp e Instagram con actualización constante de imágenes de los platos, preparaciones y hasta lanzamientos de promociones como descuentos por determinado tiempo, crear platos de temporada (nuevos) que llamen la atención o un 2*1 que siempre llama a los clientes fijos y potenciales.

Estrategia digital: Realizar una página web que sea atractiva a la vista y fácil de manejar desde cualquier dispositivo con una opción en donde los clientes puedan interactuar con nosotros subiendo sus fotos en ella aparte de las redes sociales y visita de influencers como Vibra FM (Somos los insaciables)



6. COMPONENTE PRODUCTIVO Y TÉCNICO

6.1. Ficha técnica del producto - Recetas estándar

Restaurante Mr. Cely Pimientos					
Receta Estándar		Fecha: 14-may-2022		Código	AB1
		Nombre preparación: Perro Texano		No. Porciones	1
Código	Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unidad \$	Costo total \$
1	Salsa BBQ	gr	70	\$ 7	\$ 500
2	Tortilla de trigo 30 cm	Unidad	1	\$ 900	\$ 900
3	Salchicha	Unidad	1	\$ 1.400	\$ 1.400
4	Tajadas de queso	Unidad	1	\$ 400	\$ 400
5	Papa Cabello de Angel	gr	100	\$ 8	\$ 800
6	Tocineta	Unidad	1	\$ 500	\$ 500
Costo Materia Prima					\$ 4.500
MEV = Margen de error o variación				10%	\$ 450
Costo total de la preparación					\$ 4.950
Costo de la preparación de una porción.					\$ 4.950
Precio de Venta antes de impuestos				25%	\$ 19.800
Impuesto Nacional al Consumo				8%	\$ 1.584
Precio de Venta					\$ 21.400



Restaurante Mr. Cely Pimientos						
Receta Estándar			Fecha: 14-may-2022		Código	CD2
					No. Porciones	1
					Nombre preparación: Flautas	
Código	Ingredientes	Unidad	Cantidad	Valor Unidad \$	Valor total \$	
7	Salsa showy	Gr	30	\$ 7	\$ 200	
8	Tortilla de trigo 16 cm	Unidad	4	\$ 425	\$ 1.700	
9	Carne desmechada	Gr	80	\$ 28	\$ 2.200	
4	Tajadas de Queso	Unidad	1	\$ 400	\$ 400	
10	Pico de gallo	Gr	1	\$ 300	\$ 300	
11	Guacamole	Gr	2	\$ 250	\$ 500	
Costo de los ingredientes						\$ 5.300
MEV = Margen de error o variación				10%		\$ 530
Costo total de la preparación						\$ 5.830
Costo de la preparación de una porción.						\$ 5.830
Precio de venta antes de impuestos				25%		\$ 23.320
Impuesto al consumo				8%		\$ 1.866
Precio de venta						\$25.200



Restaurante Mr. Cely Pimientos						
Receta Estándar			Fecha: 14-may-2022		Código	EF3
					No. Porciones	1
					Nombre preparación: Maiz pimientos	
Código	Ingredientes	Unidad	Cantidad	Valor Unidad \$	Valor total \$	
12	Maiz	Gr	80	\$ 8,75	\$ 700	
13	Cerdo	Gr	75	\$ 21,33	\$ 1.600	
4	Tajadas de Queso	Unidad	2	\$ 400	\$ 800	
1	Salsa BBQ	Gr	70	\$ 7,14	\$ 500	
Costo de los ingredientes						\$ 3.600
MEV = Margen de error o variación					10%	\$ 360
Costo total de la preparación						\$ 3.960
Costo de la preparación de una porción.						\$ 3.960
Precio de venta antes de impuesto					25%	\$ 15.840
Impuesto al consumo					8%	\$ 1.267
Precio de venta						\$ 17.100



Restaurante Mr. Cely Pimientos						
Receta Estándar			Fecha: 14-may-2022		Código	GH4
			Nombre preparación: Hamburguesa al pastor		No. Porciones	1
Código	Ingredientes	Unidad	Cantidad	Valor Unidad \$	Valor total \$	
1	Salsa BBQ	Gr	70	\$ 4,29	\$ 300	
2	Tortilla de trigo 30 gr	Unidad	1	\$ 900	\$ 900	
14	Carne de hamburguesa	Unidad	1	\$ 2000	\$ 2.000	
10	Pico de gallo	Gr	1	\$ 200	\$ 200	
11	Guacamole	Gr	1	\$ 200	\$ 200	
15	Lechuga	Gr	1	\$ 100	\$ 100	
16	Pierna de cerdo	Gr	50	\$ 20	\$ 1.000	
Costo de los ingredientes					\$ 3.700	
MEV = Margen de error o variación				10%	\$ 370	
Costo total de la preparación					\$ 4.070	
Costo de la preparación de una porción.					\$ 4.070	
Precio propuesto de acuerdo con política de inversión				20%	\$ 20.350	
Impuesto al consumo				8%	\$ 1.628	
Precio de venta					\$ 21.900	



Restaurante Mr. Cely Pimientos						
Receta Estándar			Fecha: 14-may-2022		Código	IJ5
					No. Porciones	1
					Nombre preparación: Carnitas	
Código	Ingredientes	Unidad	Cantidad	Valor Unidad \$	Valor total \$	
1	Salsa BBQ	Gr	100	\$ 4	\$ 400	
13	Cerdo	Gr	80	\$ 21,25	\$ 1.700	
16	Carne de res	Gr	90	\$ 18,89	\$ 1.700	
11	Guacamole	Gr	1	\$ 1700	\$ 1.700	
15	Lechuga	Gr	1	\$ 1700	\$ 1.700	
10	Pico de gallo	Gr	1	\$ 1700	\$ 1.700	
17	Papas a la francesa	Gr	100	\$ 17	\$ 1.700	
Costo de los ingredientes						\$ 8.900
MEV = Margen de error o variación					10%	\$ 890
Costo total de la preparación						\$ 9.790
Costo de la preparación de una porción.						\$ 9.790
Precio de venta antes de impuesto					30%	\$ 32.633
Impuesto al consumo					8%	\$ 2.610



Precio de venta	\$ 35.000
------------------------	--------------

Restaurante Mr. Cely Pimientos					
Receta Estándar			Fecha: 14-may-2022	Código	IJ5
					No. Porciones
Nombre preparación: Festival de tacos					1
Código	Ingredientes	Unidad	Cantidad	Valor Unidad \$	Valor total \$
18	Tortilla de maíz pequeña	Unidad	4	\$ 175	\$ 700
16	Pierna de cerdo	gr	60	\$ 21,67	\$ 1.300
9	Carne desmechada	Gr	45	\$ 22,22	\$ 1.000
11	Guacamole	Gr	2	\$ 250	\$ 500
10	Pico de gallo	Gr	2	\$ 250	\$ 500
Costo de los ingredientes					\$ 4.000
MEV = Margen de error o variación				10%	\$ 400
Costo total de la preparación					\$ 4.400
Costo de la preparación de una porción.					\$ 4.400
Precio de venta antes de impuestos				20%	\$ 22.000
Impuesto al consumo				8%	\$ 1.808
Precio de venta					\$ 23.800



Restaurante Mr. Cely Pimientos						
Receta Estándar			Fecha: 14-may-2022		Código	KL6
					No. Porciones	1
					Nombre preparación: Perro citadino	
Código	Ingredientes	Unidad	Cantidad	Valor Unidad \$	Valor total \$	
1	Salsa BBQ	Gr	70	\$7,14	\$ 500	
19	Pan	Unidad	1	\$ 700	\$ 700	
3	Salchicha	Unidad	1	\$ 1.400	\$ 1.400	
4	Tajadas de queso	Unidad	1	\$ 400	\$ 400	
20	Papa cabello de ángel	Gr	30	\$ 6,67	\$ 200	
9	Carne desmechada	Gr	30	\$ 23,33	\$ 700	
Costo de los ingredientes						\$ 3.900
MEV = Margen de error o variación					10%	\$ 390
Costo total de la preparación						\$ 4.290
Costo de la preparación de una porción.						\$ 4.290
Precio de venta antes de impuesto					30%	\$ 14.300
Impuesto al consumo					8%	\$ 1.144
Precio de venta						\$ 15.400



Restaurante Mr. Cely Pimientos						
Receta Estándar			Fecha: 14-may-2022		Código	MN7
					No. Porciones	1
					Nombre preparación: Enchilada	
Código	Ingredientes	Unidad	Cantidad	Valor Unidad \$	Valor total \$	
2	Tortilla de trigo 30 gr	Unidad	1	\$ 900	\$ 900	
21	Champiñones	Gr	60	\$ 16,67	\$ 1.000	
12	Maiz	Gr	30	\$ 13,33	\$ 400	
22	Leche	Gr	1	\$ 400	\$ 400	
7	Salsa showy	Gr	1	\$ 200	\$ 200	
4	Tajadas de queso	Unidad	2	\$ 400	\$ 800	
Costo de los ingredientes						\$ 3.700
MEV = Margen de error o variación				10%		\$ 370
Costo total de la preparación						\$ 4.070
Costo de la preparación de una porción.						\$ 4.070
Precio de venta antes de impuesto				20%		\$ 20.350
Impuesto al consumo				8%		\$ 1.628
Precio de venta						\$ 21.900



Restaurante Mr. Cely Pimientos						
Receta Estándar			Fecha: 14-may-2022	Código	OP8	
					No. Porciones	1
					Nombre preparación: Burro mixto	
Código	Ingredientes	Unidad	Cantidad	Valor Unidad \$	Valor total \$	
2	Tortilla de trigo 30 cm	Unidad	1	\$ 900	\$ 900	
9	Carne desmechada	Gr	80	\$ 27,5	\$ 2.200	
15	Lechuga	Unidad	1	\$ 100	\$ 100	
4	Tajadas de queso	Unidad	1	\$ 400	\$ 400	
Costo de los ingredientes					\$ 3.600	
MEV = Margen de error o variación				10%	\$ 360	
Costo total de la preparación					\$ 3.960	
Costo de la preparación de una porción.					\$ 3.960	
Precio de venta antes de impuesto				20%	\$ 19.800	
Impuesto al consumo				8%	\$ 1.584	
Precio de venta					\$ 21.300	



Restaurante Mr. Cely Pimientos						
Receta Estándar			Fecha: 14-may-2022		Código	QR9
					No. Porciones	1
					Nombre preparación: Quesadilla	
Código	Ingredientes	Unidad	Cantidad	Valor Unidad \$	Valor total \$	
2	Tortilla de trigo 30 cm	Unidad	1	\$ 900	\$ 900	
9	Carne desmechada	Gr	60	\$ 26,67	\$ 1.600	
4	Tajada de queso	Unidad	2	\$ 400	\$ 800	
Costo de los ingredientes						\$ 3.300
MEV = Margen de error o variación				10%		\$ 330
Costo total de la preparación						\$ 3.630
Costo de la preparación de una porción.						\$ 3.630
Precio de venta antes de impuesto				20%		\$ 18.150
Impuesto al consumo				8%		\$ 1.452
Precio de venta						\$ 19.600



Restaurante Mr. Cely Pimientos						
Receta Estándar			Fecha: 14-may-2022		Código	ST10
					No. Porciones	1
Nombre preparación: Hamburguesa texana						
Código	Ingredientes	Unidad	Cantidad	Valor Unidad \$	Valor total \$	
1	Salsa BBQ	Gr	70	\$ 4,29	\$ 300	
19	Pan	Unidad	1	\$ 700	\$ 700	
14	Carne de hamburguesa	Unidad	1	\$ 2000	\$ 2.000	
9	Carne desmechada	Gr	40	\$ 22,5	\$ 900	
11	Guacamole	Gr	1	\$ 300	\$ 300	
15	Lechuga	Unidad	1	\$ 150	\$ 150	
Costo de los ingredientes					\$ 4.350	
MEV = Margen de error o variación				10%	\$ 435	
Costo total de la preparación					\$ 4.785	
Costo de la preparación de una porción.					\$ 4.785	
Precio de venta antes de impuesto				20%	\$ 23.925	
Impuesto al consumo				8%	\$ 1.914	
Precio de venta					\$ 25.800	



Restaurante Mr. Cely Pimientos						
Receta Estándar			Fecha: 14-may-2022		Código	UV11
					No. Porciones	1
			Nombre preparación: Alambre			
Código	Ingredientes	Unidad	Cantidad	Valor Unidad \$	Valor total \$	
1	Pierna de cerdo	Gr	150	\$ 21,33	\$ 3.200	
19	Pico de gallo	Gr	1	\$ 200	\$ 200	
11	Guacamole	Gr	1	\$ 200	\$ 200	
15	Lechuga	Unidad	1	\$ 250	\$ 250	
18	Tortilla de trigo 16 cm	Unidad	2	\$ 400	\$ 800	
4	Tajadas de queso	Unidad	1	\$ 400	\$ 400	
Costo de los ingredientes					\$ 5.050	
MEV = Margen de error o variación				10%	\$ 505	
Costo total de la preparación					\$ 5.555	
Costo de la preparación de una porción.					\$ 5.555	
Precio de venta antes de impuesto				25%	\$ 22.220	
Impuesto al consumo				8%	\$ 1.777	
Precio de venta					\$ 23.900	



Restaurante Mr. Cely Pimientos						
Receta Estándar			Fecha: 14-may-2022		Código	XY12
					No. Porciones	1
					Nombre preparación: Nachos	
Código	Ingredientes	Unidad	Cantidad	Valor Unidad \$	Valor total \$	
1	Nachos	Gr	80	\$ 19	\$ 1.520	
19	Maiz tierno	Gr	40	\$ 10	\$ 400	
11	Guacamole	gr	1	\$ 300	\$ 300	
19	Pico de gallo	Gr	1	\$ 300	\$ 300	
9	Carne desmechada	Gr	40	\$ 24	\$ 900	
Costo de los ingredientes						\$ 3.420
MEV = Margen de error o variación				10%		\$ 342
Costo total de la preparación						\$ 3.762
Costo de la preparación de una porción.						\$ 3.762
Precio de venta antes de impuesto				30%		\$ 12.540
Impuesto al consumo				8%		\$ 1.003
Precio de venta						\$ 13.500



Restaurante Mr. Cely Pimientos						
Receta Estándar			Fecha: 14-may-2022		Código	ZA13
					No. Porciones	1
					Nombre preparación: Burro al pastor	
Código	Ingredientes	Unidad	Cantidad	Valor Unidad \$	Valor total \$	
1	Tortilla de trigo 30 cm	Unidad	1	\$ 900	\$ 900	
19	Lechuga	Unidad	1	\$ 150	\$ 150	
11	Guacamole	Gr	1	\$ 200	\$ 200	
12	Pico de gallo	Gr	1	\$ 200	\$ 200	
18	Pierna de cerdo	Gr	100	\$ 23	\$ 2.300	
Costo de los ingredientes						\$ 3.750
MEV = Margen de error o variación				10%		\$ 375
Costo total de la preparación						\$ 4.125
Costo de la preparación de una porción.						\$ 4.125
Precio de venta antes de impuesto				20%		\$ 20.625
Impuesto al consumo				8%		\$ 1.650
Precio de venta						\$ 22.200



Restaurante Mr. Cely Pimientos						
Receta Estándar			Fecha: 14-may-2022		Código	BC14
					No. Porciones	1
					Nombre preparación: Fajitas dulces	
Código	Ingredientes	Unidad	Cantidad	Valor Unidad \$	Valor total \$	
18	Tortilla de trigo 16 cm	Unidad	2	\$ 400	\$ 800	
4	Tajadas de queso	Unidad	2	\$ 400	\$ 800	
11	Arequipe	Gr	1	\$ 600	\$ 600	
Costo de los ingredientes						\$ 2.200
MEV = Margen de error o variación					10%	\$ 220
Costo total de la preparación						\$ 2.420
Costo de la preparación de una porción.						\$ 2.420
Precio de venta antes de impuesto					20%	\$ 12.100
Impuesto al consumo					8%	\$ \$ 968
Precio de venta						\$ 13.000

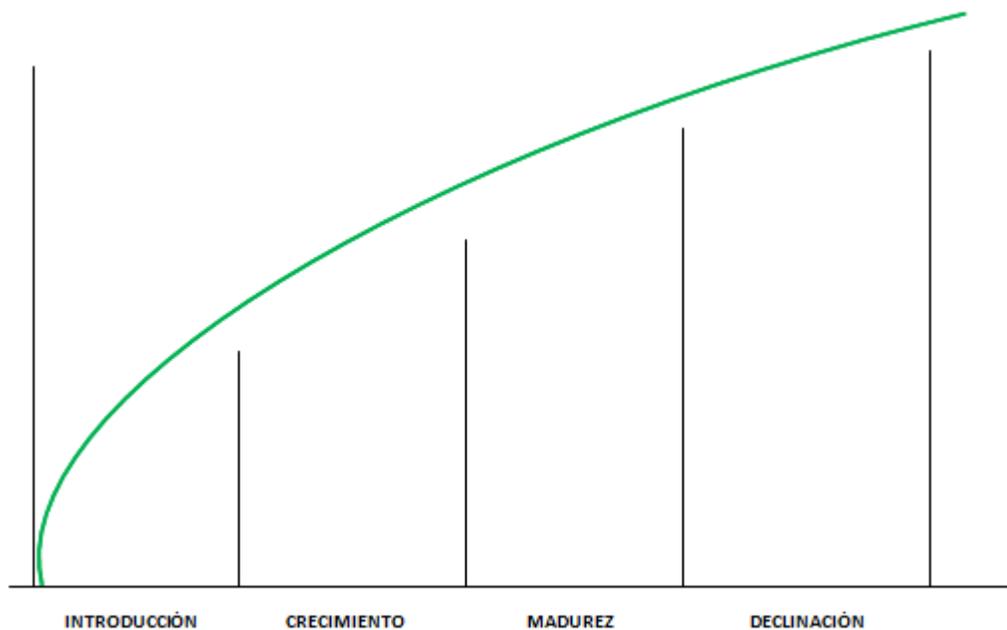


6.1.1. Descripción del diseño y estado de desarrollo del producto

El proyecto del Restaurante Mr. Cely Pimientos se encuentra en la fase de análisis financiero y viabilidad económica y sostenible para tener una adecuada planeación al momento de ponerlo en marcha.

6.1.2. Ciclo de vida del producto

Imagen 17. *Ciclo de vida del producto.*

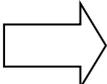
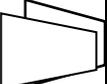


Nota: Grafica de autoría propia donde se evidencia el ciclo de vida del producto desde su inicio pasando por varias etapas como lo es la introducción, crecimiento, madurez y declinación.



6.1.3. Descripción del proceso productivo y sistema de producción

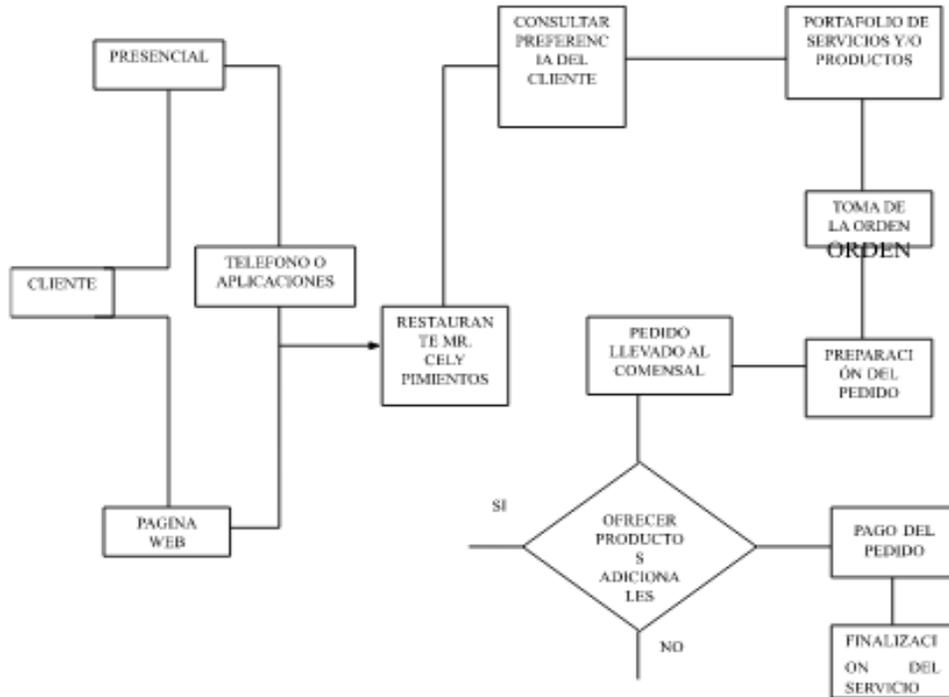
Tabla 15. Descripción de operaciones.

N°	ACTIVIDAD						DESCRIPCIÓN DE LAS OPERACIONES
1	Contacto con el cliente	X					Momento en el que el cliente ingresa al restaurante
2	Muestra de la carta de productos	X	X	X			Momento en el que el mesero muestra la carta
3	Toma de la orden	X	X	X			Donde el mesero toma la orden por medio de comandas
4	Preparación del pedido	X			X	X	Momento en que se pasa la comanda a cocina para empezar la preparación del pedido
5	Pedido llevado a la mesa	X		X	X		Momento en el que el mesero lleva el pedido al comensal
6	Ofrecimiento de productos adicionales	X	X			X	Ofrece productos adicionales como postres o bebidas con licor
7	Pago del pedido	X					Cliente paga su pedido
8	Finalización del servicio	X	X				Mesero despide al cliente con educación
9	Limpieza de la mesa	X		X	X	X	Se hace la limpieza correspondiente para recibir los próximos clientes

Nota: Tabla de autoría propia donde se evidencia el paso a paso del servicio y/u operación.



Imagen 18. *Flujograma de servicio.*



Nota: Autoría propia



6.1.4. Plan de implementación

Tabla 16. Cronograma.

ACTIVIDAD	PLAZO	SEMANAS											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Estudio de mercado	2 semanas												
Creación de portafolio	2 semanas												
Búsqueda de proveedores	3 semanas												
Creación de presupuesto	3 semanas												
Búsqueda de documentos y reglamentación	3 semanas												
Compra de maquinaria, muebles y menaje	4 semanas												
Montaje y puesta en marcha	6 semanas												

Nota: Autoría propia



6.2. Plan de producción

Proyecciones de ventas

Estas permiten establecer la viabilidad del restaurante y así mismo su ciclo de vida para lo cual se estiman ventas mensuales de 150 unidades mensuales por plato, a 5 años (60 meses) de ventas en alimentos y bebidas ofrecidos.

Tabla 17. *Proyección de ventas.*

VENTAS MES	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Perro texano, Festival de tacos, Ha	\$ 10.650.000	\$ 127.800.000	\$ 134.190.000	\$ 140.899.500	\$ 147.944.475	\$ 155.341.699
Flautas, Perro ciudadano, Alambre	\$ 9.675.000	\$ 116.100.000	\$ 121.905.000	\$ 128.000.250	\$ 134.400.263	\$ 141.120.276
Maiz, Enchilada, Nachos	\$ 7.875.000	\$ 94.500.000	\$ 99.225.000	\$ 104.186.250	\$ 109.395.563	\$ 114.865.341
Hamburguesa al pastor, Burro mixt	\$ 9.810.000	\$ 117.720.000	\$ 123.606.000	\$ 129.786.300	\$ 136.275.615	\$ 143.089.396
Carnitas, Quesadilla, fajitas dulces	\$ 9.922.500	\$ 119.070.000	\$ 125.023.500	\$ 131.274.675	\$ 137.838.409	\$ 144.730.329
TOTAL VENTAS P/S mens	\$ 47.932.500	\$ 575.190.000	\$ 603.949.500	\$ 634.146.975	\$ 665.854.324	\$ 699.147.040

Nota: Ventas que se deben tener al mes y por cada año de cada producto. Autoría propia

Metas

- Alcanzar el ingreso de cada año
- Aumentar las ventas por medio de las estrategias que se tienen planteada
- Tener el personal capacitado para mejorar las tendencias en emplatados y así también prestar un mejor servicio.



7. Logística y distribución

7.1. Procesos de control de calidad, selección de proveedores y cadena de producción.

Control de calidad:

Para los servicios ofrecidos por parte del establecimiento se establecerán hojas de evaluación a modo de encuesta donde el cliente tendrá la oportunidad de calificar los servicios de Mr. Cely Pimientos dependiendo de su experiencia en el restaurante, evaluar también la materia prima disponible para su servicio y la labor de los trabajadores. Dicha evaluación, se manejará de forma presencial y de manera virtual a través de las redes sociales y mensajes de WhatsApp solicitando la satisfacción con el producto y servicio.

Según Reichheld, la disposición de un cliente a recomendar el producto o servicio a un amigo es el resultado del servicio que ha recibido por parte del personal de la empresa, que contribuyen a la experiencia de un consumidor. (*Marketing, 2020*)

Proveedores:

Carnes la 50

Establecimiento encargado en la distribución de productos cárnicos, donde se realizó cotización previa y se comprará lo que es referente a las carnes rojas, pechugas, lomo. Se establecerán compras a diario, para siempre ofrecer productos frescos y de alta calidad, formas de pago efectivo o plataformas como nequi.

Plaza de mercado Paloquemao

Es uno de nuestros proveedores más importantes ya que es donde encontraremos todo lo relacionado con verduras, frutas y materia prima fresca lo cual caracteriza nuestros productos. se establecerán compras a diario, para siempre ofrecer productos frescos y de alta calidad, formas de pago efectivo o plataformas como Nequi.



Koyomad SA

Establecimiento de distribución de carnes frías empacadas como embutidos, jamón, carne de cerdo y res en trozos, será nuestro proveedor de carne de hamburguesas y salchichas. se establecerán compras de una vez por semana manejando nivel de ventas y mantener productos frescos, el medio de pago que estableceremos es en efectivo.

Postobón y Coca Cola

Distribuidores directos de bebidas gaseosas y aguas para nuestro establecimiento. Se genera un convenio de venta directa en el restaurante en un periodo de 2 veces por mes cada 15 días y un pago en efectivo.

Tortillas Bawbi

Establecimiento en el cual compraremos las tortillas que son el ingrediente esencial para nuestros productos .se compra directamente en el punto de fabrica 2 veces por mes cumpliendo con estándares de calidad y frescura en los productos, con un pago en efectivo o por medio de plataformas como nequi.

Tiendas D1 y ARA

Establecimientos de comercio en los cuales compraremos todo lo relacionado con aceites, helados, brownies, arequipe y productos no perecederos que hacen parte de nuestras preparaciones. Se generan compras 1 vez por semana o cuando sea necesario según el inventario y necesidad de producto con una forma de pago en efectivo.

Casa Moreno

Licorera en la cual compraremos lo relacionado con el trago para los shots ofrecidos en nuestra carta. se maneja un tiempo de compras aproximadamente de 1 vez al mes teniendo en cuenta la necesidad de producto, manejando un pago en efectivo o por medio electrónicos.



7.1.1. Entes y/u organismos que apoyen la gestión y desarrollo del proyecto

SENA: El Servicio Nacional de Aprendizaje dentro de su oferta académica, ofrece cursos con certificación para empresas relacionadas con la cocina. Mr Cely Pimientos se propone buscar los cursos necesarios para certificar a su personal y complementar su formación.

ACODRES: Es la entidad que promueve el desarrollo de las empresas dedicadas a la gastronomía con el objetivo de orientar y coordinar la ejecución de los mismos con la responsabilidad del manejo adecuado que los establecimientos deben tener con la materia prima y promoviendo el cumplimiento de la normatividad como son las Normas Técnicas Sectoriales NTS USNA; teniendo la oportunidad de participar en varios espacios que ellos para habiliten y poder recibir asesoría para fortalecer la imagen del restaurante.

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ (CCB): Acompaña al emprendedor desde la creación hasta el inicio de la empresa y también está enfocada en brindar capacitaciones de cultura empresarial, talleres, cursos en cuanto a las fases de crecimiento en ventas y manejo de conflictos.

ALDEA “FONDO MUJER EMPRENDE”: Es un programa creado por Innpulsa Colombia y Fondo Mujer Emprende con la idea de fortalecer el desarrollo económico liderado por mujeres emprendedoras con la posibilidad de acceder a bonos de hasta 60.000.000 y contar con la asesoría de expertos.



7.1.2. Aspectos ambientales y sociales del proyecto

Teniendo en cuenta la NTS-TS 004 que habla de una propuesta orientadora en incorporar la sostenibilidad a los establecimientos gastronómicos y bares se establece la siguiente política de sostenibilidad:

- Identificar el valor principal del establecimiento a la hora de generar contratación de trabajadores.
- Generar un argumento del porqué el establecimiento es de carácter sostenible.
- Tener claridad de los aspectos de mejora del establecimiento y comprometerse a darle ejecución de cambio con aspecto positivo.
- Estipular cada uno de los aspectos ambientales, económicos, socioculturales y legales que debe cumplir el establecimiento para su ejecución en la ciudad.
- Todos los trabajadores deben tener conocimiento de la política establecida por el establecimiento.
- En cada una de las páginas publicitarias del establecimiento se debe tener estipulada de forma clara la política de sostenibilidad.
- Reconocer cada uno de los índices positivos del establecimiento agradeciendo a los involucrados del desarrollo como lo son los trabajadores y principalmente los clientes del establecimiento.
- No depositar en las alcantarillas los residuos de aceite quemado, se deben ir envasando en un recipiente con tapa el cual a la hora de estar totalmente lleno se



debe entregar a una empresa encargada del procesamiento del mismo y que se entregue el respectivo certificado.

- No utilizar empaques de icopor ni plástico y darle prioridad a los de cartón.

8. COMPONENTE JURÍDICO – TRIBUTARIO

8.1. Determinación de la forma jurídica

Restaurante Mr. Cely Pimientos S.A.S. (Ley 1258 del 5 de septiembre de 2008)

Se tendrá la figura jurídica de Sociedad de Acciones simplificada (S.A.S) por la flexibilidad que tiene en la parte tributaria ya que puede estar conformada de manera unipersonal o pluripersonal y tiene la facilidad de hacer los trámites más fácil y rápido y empezar con un bajo presupuesto.

La inscripción de la empresa se podrá hacer por medio de documento privado para disminuir tiempo y responsabilidades de los socios; adicional será de carácter comercial independientemente del objeto social como lo menciona la Ley 1258 de 2008 en el artículo 3 y se tendrá autonomía para establecer las normas adecuadas para el negocio. (*Censea, s.f.*)

8.1.1. Obligaciones tributarias

Las obligaciones tributarias que se tendrán al constituir a empresas como una SAS son:

- Pago de impuesto a la renta que se refiere al tributo de pagar por la totalidad de sus ingresos al año y que incrementen su patrimonio, actualmente está en 35%
- Pago del IVA, que es el gravamen sobre el consumo de bienes y servicios, que está actualmente en el 19%.



- Pago del ImpoConsumo, el cual se paga de manera bimestral y se deduce sólo de las ventas del restaurante y que hace referencia al 8%.
- Pago de impuesto de industria y comercio el cual se debe pagar por la actividad comercial que se tiene, inscribirse en el Registro de Información Tributaria. (*Cuervo, 2017*)
- Obligados a expedir facturas
- Pago de impuesto predial
- Obligados a llevar una contabilidad
- Tener revisor fiscal dependiendo del monto de los ingresos y los activos
- Pago de los aportes a seguridad social (*Obligaciones tributarias de Una S.A.S, s.f.*)

8.1.2 Permisos, licencias y documentación oficial

- **Registro de matrícula mercantil:** Antes de cumplir un mes de inicio de actividades y se realiza en la cámara de comercio donde se encuentre ubicado el establecimiento
- **Tener certificado de Sayco & Acinpro:** Solamente si se hace uso de música.
- **Concepto sanitario:** Cumplir con lo que se describe en la Ley 9 de 1979 donde se establecen las normas sanitarias y de control el cual se expide por la Secretaría de Salud, el cual es un documento que da constancia de la evaluación técnica de las condiciones sanitarias del lugar. (*Castiblanco, s.f.*)
- **Inscripción en el Rut (Registro Único Tributario)**
- **Certificado de manipulación de alimentos:** Es de carácter obligatorio para todo el personal del establecimiento el cual tiene una vigencia de un año. (*Giraldo, 2018*)



- **Uso del suelo:** Asegurarse de que el establecimiento puede desarrollar sus actividades en el lugar escogido, teniendo en cuenta el Plan de Ordenamiento Territorial (POT) que es el programa que orienta y prioriza las intervenciones generales para la mejora de andenes, centros comerciales, vías, servicios públicos, entre otros. (*Alcaldía Mayor de Bogotá, s.f.*)
- **Seguridad humana y protección contra incendios:** Se expide por el cuerpo de bomberos teniendo en cuenta los temas de seguridad y protección contra incendios.
- **Lista de precios:** Deben estar visibles al público. (*Cuáles Son Los Requisitos Legales Para Abrir Un Restaurante En Colombia, s.f.*)

8.1.3. Normatividad

- **NTS USNA 001 “Preparación de alimentos de acuerdo con el orden de producción”:** Establece los requisitos para elaborar preparaciones calientes y frías con la calidad, cantidad y tiempo según las recetas estándar. (*Acodres, 2015*)
- **NTS USNA 003 “Control en el manejo de materia prima e insumos en el área de producción de alimentos conforme a los requisitos de calidad”:** Proporciona los requisitos para proveer la materia prima y verificar el cumplimiento de estándares del manejo de la misma. (*SENA, 2002*)
- **NTS USNA 007 “Norma sanitaria de manipulación de alimentos”:** Establece los requisitos sanitarios que debe cumplir el establecimiento para garantizar la inocuidad de los alimentos. (*Icontec, 2005*)



- **Resolución 2674 de 2013:** Establece los requisitos sanitarios que deben cumplir los establecimientos gastronómicos y requisitos para la notificación, permisos o registro sanitario de los alimentos con el fin de proteger la vida y salud de las personas. (*Ministerio de Salud y Protección Social, 2013*)
- **Decreto 3075 de 1997:** El cual establece las condiciones básicas para la fabricación de alimentos, edificaciones, condiciones para la maquinaria y utensilios, para el personal manipulador de alimentos y para la higiene de los alimentos.

8.2. Propiedad intelectual-Marca

Se registrará la marca (Nombre) “Restaurante Mr. Cely Pimientos” para así evitar que la competencia lo utilice y realice mención de sus características o distintivos de la marca y se creará un activo de propiedad intelectual en la contabilidad para así poder demostrar crecimiento en el mercado.

9. COMPONENTE FINANCIERO

9.1. Análisis de inversión inicial y retorno sobre la inversión

TIR: La Tasa Interna de Retorno es de 69.0% que dividido en 12 meses correspondiente al primer año del Restaurante Mr. Cely Pimientos es de 32,56% lo cual es positivo puesto que se está recibiendo este porcentaje de ingreso adicional a lo invertido anualmente, lo cual confirma la viabilidad del proyecto.

VPN: El valor Presente Neto es de \$1.445.411.226 millones de pesos, esto quiere decir que se daría inicio a este proyecto del Restaurante Mr. Cely Pimientos con \$50.000.000



millones de pesos como inversión en los primeros 5 años (60 meses) lo cual se interpreta en más de ciento noventa millones de pesos permitiendo así recuperar la inversión inicial.

9.1.1. Análisis de sensibilidad e índices financieros.

Tabla 18. *Punto de equilibrio.*

PRECIO DE VENTA UNIDAD	\$ 63.910
COSTO VARIABLE PRODUCCIÓN UNITARIO	\$ 12.216
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$ 51.694
INDICE DE CONTRIBUCIÓN	80,89%
% COSTO DE VENTAS	19,11%
COSTOS FIJOS	\$ 24.730.315
PUNTO EQUILIBRIO (UNIDADES / MES)	478
PUNTO EQUILIBRIO (\$)	\$ 30.574.231

Nota: Información de cuantas unidades se deben vender al mes para llegar al punto de equilibrio. Autoría propia.

9.1.2. Fuentes de apoyo financiero

En Colombia existen 3 fuentes de apoyo financiero para los emprendedores los cuales son Bancolombia, el Fondo Emprender del SENA y Bancoldex; aunque también existen entidades financieras las cuales brindan líneas de crédito para los microempresarios, pero no favorecen al emprendedor por los intereses tan altos, por lo tanto, la fuente de apoyo que se tomaría para el proyecto es Fondo Emprender del SENA el cual aparte de brindar el recurso también brinda asesoría. Los recursos que brinda este Fondo son de hasta 50 millones de pesos con un periodo de gracia de 6 meses, con una tasa de interés EA del 6% lo cual



incluye salarios, materia prima, arrendamiento y pago de servicios esenciales para el funcionamiento del proyecto.

El Fondo Emprender del SENA es un fondo de capital creado por el Gobierno Nacional para ayudar a los nuevos emprendedores desde el año 2002, según lo contemplado en el artículo 40 de la Ley 789 del 27 de diciembre del 2002 donde estipulan las normas para apoyar el empleo y protección social de los nuevos emprendedores que estén en etapa práctica, en último semestre o que ya hayan terminado su etapa universitaria con menos de dos años de haber recibido el título. (*Universidad del Cauca, s.f.*)

10. COMPONENTE DE IMPACTOS Y VALIDACIÓN

10.1. Alineación con los planes y programas gubernamentales

El Plan de Desarrollo Económico de Bogotá 2020-2024 permite avanzar hacia la igualdad de oportunidades recuperando la pérdida económica y social derivada de la emergencia sanitaria del Covid-19, ampliando oportunidades de inclusión social y productiva para mujeres, jóvenes y familias.

En las metas del Plan de Desarrollo Económico de Bogotá se tiene el apoyo a unidades productivas micro, pequeñas y medianas empresas que tengan acceso a mecanismos financieros, con acompañamiento en programas de sofisticación e innovación disminuyendo la exposición al declive empresarial. (*Concejo de Bogotá, s.f.*)

En cuanto a los planes e ideas sobre la reactivación económica se dieron a conocer beneficios tributarios como la modificación el calendario tributario destinando un subsidio de 500.000

 LOS LIBERTADORES <small>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</small>	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

para las empresas y los hogares, adicional la Alcaldía de Bogotá lanzón un programa de empleo joven promoviendo la empleabilidad a más de 50.000 jóvenes, se realizaron planes piloto para la reapertura de bares y establecimientos gastronómicos como “Bogotá a Cielo Abierto” con la normatividad necesaria como el Decreto 710 de 2021 en cuanto a la expedición, vigencia y renovaciones de la autorización sanitaria, entre otros. (*Alcaldía mayor de Bogotá, s.f.*)

Para complementar se introduce la tabla del Plan de negocios referenciado de Colombia Productiva que nos muestra como en el 2032 se espera posicionar a Colombia como proveedor de estos dos servicios gracias al talento humano generando más de 580.000 empleos y esto se logrará por medio de formación o capacitación en varios aspectos e idiomas para poder desarrollar así la oferta de servicios ofrecidos en Colombia.

Imagen 19. Plan de negocios 2032.

PLAN DE NEGOCIOS		
VISIÓN A 2032	METAS A 2032	¿CÓMO LOGRARLO?
Posicionar a Colombia como uno de los 25 principales proveedores de servicios BPO y KPO de alto valor agregado, gracias a un talento humano calificado y a la incorporación de tecnología.	Ventas: USD 16.473 millones. Empleos: + de 580.000. Exportaciones: USD 2.500 millones.	Formando un talento humano altamente calificado y bilingüe y fortaleciendo las capacidades productivas de las empresas para desarrollar una oferta de servicios especializados, mediante el uso y apropiación de tecnologías.

Nota: Imagen tomada de (Colombia Productiva, s.f.)

10.1.1. Impactos

Impacto social

Durante el proceso de creación de Mr. Cely Pimientos se pensó en generar 11 empleos para cada una de las áreas, dando prioridad a aquellas personas con actitudes y aptitudes entre los 18 y 30 años de edad requeridos para el desarrollo y ejecuciones de las diferentes tareas asignadas, la idea es llegar a 18 empleados directos en los primeros 5 años.

Impacto ambiental

En Bogotá D.C no es un secreto que la contaminación generada a causa del cruce de basuras y el alto consumo de plástico y desechables, es uno de los principales problemas que nos afecta como habitantes, por esta razón cambiaremos el uso de materiales de icopor por cajas y bandejas de cartón por su fácil descomposición y evitar la contaminación; con esta medida generamos un aporte al ODS número 13 el cual nos habla de la acción por el clima ya que reduciremos la contaminación ambiental. Otra idea es generar la adecuada



separación de residuos orgánicos e inorgánicos y plásticos generados a la hora de la elaboración de los productos para contribuir con el medio ambiente,

Impacto económico

MR. Cely tendrá un impacto económico importante en la localidad de Fontibón ya que gracias a su crecimiento y reconocimiento estima generar en su primer año alcanzar 12 millones de ganancias netas totales, todo gracias al apoyo de la comunidad perteneciente a la zona y los que visitan el establecimiento por recomendaciones o redes sociales.

10.1.2. Análisis de riesgos

Actualmente el comercio en general y en especial el sector gastronómico es el alza en los precios de los alimentos que está entre el 15% y 27% por la crisis inflacionaria por las que actualmente se está pasando, según Acodres.

El presidente de Acodres, Guillermo Gómez París indica que esto se traduce en aumento de costos de producción para los restaurantes, y si se suben los precios de la materia prima, no se le puede subir a los productos de la misma manera porque sería un golpe bastante notorio para los clientes. Otro riesgo que se corre por el aumento de costos es el aumento de los peajes porque son costos que asumen los comerciantes para poder transportar la materia prima que necesitamos los restaurantes y por último el fenómeno del niño y la niña, los cambios climáticos que afectan tanto los cultivos. (*Camara de representantes, 2022*)

10.1.3. Validaciones

Validación Técnica

Se cuenta con los conocimientos básicos del mercado, técnicos y financieros y con



la capacidad instalada mostrada en la siguiente fórmula con la que contará el restaurante para la puesta en marcha del mismo que se llevará a cabo por medio de la ayuda que se solicitará a fondos que apoyen el proyecto gastronómico que se quiere.

$$P.E \text{ (capacidad instalada)} = \frac{\text{costos fijos totales}}{\text{Totales de ventas - costos variables totales}} \cdot X 100$$

Totales de ventas - costos variables totales

$$P.E = 24730315 / 36292950 - 0 = 0.6814 \cdot X 100 = 68.14$$

Validación Financiera

Se cuenta con una inversión mínima de dos socios en la fase inicial del proyecto, sumado al preaprobado de créditos financieros, cada uno de \$25.000.000 para un total de (\$50.000.000) cincuenta m/cte.

TIR: 32.56%, por lo tanto, el proyecto es viable.

VPN: El valor del dinero en el tiempo es decir que se inicia con \$50.000.000 de inversión y tras 5 años de operación (60 meses) se convertirían en \$687.853.505.

$$\text{PRI: } 5 + (\$50.000.000 - \$529.371.691) / \$435.515.400 = 3.8993002$$

$$3.8993002 \cdot 12 = 46,8$$

Es decir que en 46,8 meses se recuperará la inversión.

P.E.: Se logrará con 478 platos al mes representados en \$30.574.231.

INVERSIÓN: \$50.000.000

UTILIDAD NETA: A los 5 años será de \$24.261.068



Validación Comercial

Se realizó un estudio de mercado por medio de la encuesta realizada a 161 personas en donde se evidenció la gran acogida y gusto que tienen por este tipo de comida y esto permite tener un mejor y mayor acercamiento con los clientes para el desarrollo del proyecto.

11. CONCLUSIONES

El proyecto de emprendimiento MR. Cely Pimientos es una unidad de negocio viable teniendo en cuenta el estudio de mercado ya que según los resultados existe una demanda dispuesta a experimentar experiencias nuevas en su paladar y lo mejor de todo dispuestos a pagar por los servicios ofrecidos por parte de nuestro establecimiento.

Establecer un negocio que se caracterice por ser un establecimiento acogedor en donde los clientes puedan vivir experiencias inolvidables en compañía de amigos, familia y compañeros de trabajo celebrando todo tipo de evento, manejando un buen servicio para que esto sea lo que caracterice nuestro establecimiento.



12. BIBLIOGRAFÍA

- Acodres. (2015, Julio 29). NORMA TÉCNICA NTS-USNA SECTORIAL COLOMBIANA 001. Citur.
https://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/94.NTS_USNA_001.pdf
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (n.d.). POT. Secretaria Distrital de Planeación.
<https://www.sdp.gov.co/micrositios/pot/que-es>
- Alcaldía mayor de Bogotá. (n.d.). 2021 es el año de la reactivación económica. Bogotá. <https://bogota.gov.co/reactivacion-economica/#normativa>
- ANDI. (n.d.). Balance 2020 y perspectivas 2021. Andi.
http://www.andi.com.co/Uploads/Balance%202020%20y%20perspectivas%202021_637471684751039075.pdf
- Becerra, B. X. (2022, Enero 12). Colombia, economía de más crecimiento económico en la región este año. La republica.
<https://www.larepublica.co/globoeconomia/colombia-la-economia-de-mayor-crecimiento-economico-en-latinoamerica-en-2022-3284642>
- Becerra Elejalde, L. L. (2021, Diciembre 13). 2022: PIB se estabiliza, inflación se modera y desempleo sigue alto. Portafolio.
<https://www.portafolio.co/economia/finanzas/pronostico-de-la-economia-colombiana-para-2022-inflacion-pib-y-desempleo-559545>,
- Camara de representantes. (28 de Febrero de 2022): Restaurantes y comercio, afectados con la inflación.
<https://www.camara.gov.co/restaurantes-y-comercio-afectados-con-la-inflacion>
- Castiblanco, C. (n.d.). ¿Dónde solicitar concepto sanitario para establecimientos comerciales en Bogotá? Bogotá. <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/salud/donde-sacar-concepto-sanitario-en-bogota-tramite-secretaria-de-salud>
- Censea. (n.d.). Ventajas y desventajas de una SAS. Icesi.
<https://www.icesi.edu.co/centros-academicos/images/Centros/Censea/archivos/VENTAJAS-DEVENTAJAS-SAS.pdf>



- Colombia: Panorama general. (n.d.). Banco mundial.
<https://www.bancomundial.org/es/country/colombia/overview>
- Colombia Productiva. (n.d.). BPO, KPO E ITO. Colombia Productiva.
<https://www.colombiaproductiva.com/ptp-sectores/servicios/bpo-kpo-ito>
- ¿Cómo describir el perfil de un consumidor? (n.d.). Marketing inteli.
<https://www.marketinginteli.com/documentos-marketing/sim-sistema-de-informaci%C3%B3n-de-marketing/comportamiento-del-consumidor/perfil-del-consumidor/>
- Consejo de Bogotá. (n.d.). Acuerdo 761 de 2020. Bogotá.
<https://bogota.gov.co/sites/default/files/acuerdo-761-de-2020-pdd.pdf>
- Consumidor. (n.d.). Concepto. <https://concepto.de/consumidor/>
- Cuáles son los requisitos legales para abrir un restaurante en Colombia. (n.d.). Entre pagos y cuentas. <https://entrepagosycuentas.com/colombia/requisitos-legales-para-abrir-un-restaurante-en-colombia/>
- Cuervo, K. (2017, Junio 9). Estos son los beneficios tributarios de constituir un negocio S.A.S. Semana. <https://www.semana.com/trabajo-y-educacion/articulo/empresa-beneficios-de-constituir-una-empresa-sas/72839/>
- De la Hoz, N. (2022, Marzo 31). La economía crecerá por encima de 5,8% en 2022 según el FMI, reveló Iván Duque. La republica.
<https://www.larepublica.co/economia/la-economia-crecera-por-encima-de-5-8-en-2022-segun-el-fmi-revelo-ivan-duque-3334749>
- Eolivier. (2018, Julio 13). Modelo De Negocios: Qué Es, Tipos Y Ejemplos Exitosos. Emprendedores y negocios.
<https://emprendedoresynegocios.com/modelo-de-negocios/>
- Gato Dumas. (n.d.). Con reconocimientos internacionales, gastronomía muestra la mejor cara de Colombia. Gato Dumas.
<https://gatodumas.com.co/barranquilla/2021/06/01/con-reconocimientos-internacionales-gastronomia-muestra-la-mejor-cara-de-colombia/>
- Giraldo, L. (2018, Marzo 21). Requisitos para abrir un establecimiento gastronómico. La barra. <https://www.revistalabarra.com/requisitos-abrir-establecimiento-gastronomico/>



- Icontec. (2005, Julio 22). NORMA TÉCNICA NTS-USNA SECTORIAL COLOMBIANA 007. Citur.
https://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/100.NTS_USNA_007.pdf
- León Ale, F. (2015, Septiembre 24). ¿Qué es la identidad corporativa? Merca20.
<https://www.merca20.com/que-es-la-identidad-corporativa/>
- marketing. (2020, January 27). Marketing Low Cost. Retrieved July 14, 2022, from
<https://marketinglowcost.typepad.com/>
- Ministerio de Salud y Protección Social. (2013, Julio 22). Resolución 2074 de 2013. Minsalud.
<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-2674-de-2013.pdf>
- Obligaciones tributarias de una S.A.S. (n.d.). Gerencie.
<https://www.gerencie.com/aspectos-tributarios-de-la-sociedad-por-acciones-simplificada-s-a-s.html>
- Osterwalder, A. (2010). Generación de modelos de negocios. Cecma.
<https://cecma.com.ar/wp-content/uploads/2019/04/generacion-de-modelos-de-negocio.pdf>
- Portafolio. (2021, Mayo 24). Colombia, un referente en la gastronomía de la región. Portafolio. <https://www.portafolio.co/amp/mas-contenido/colombia-un-referente-en-la-gastronomia-de-la-region-552257>
- Pymas. (n.d.). LOS CUATRO RETOS QUE ENFRENTA EL SECTOR GASTRONÓMICO EN COLOMBIA PARA SU REACTIVACIÓN. Pymas. <https://www.pymas.com.co/ideas-para-crecer/finanzas-para-pymes/sector-gastron%C3%B3mico-en-colombia>
- ¿Qué es un modelo de negocio? (n.d.). Eserp. <https://es.eserp.com/articulos/que-es-un-modelo-de-negocio/>
- Rues. (n.d.). Rues. <https://www.rues.org.co/>
- Sanchez Rojas, M. R. (2022, Marzo 25). En enero de 2022 el abastecimiento per cápita incrementó 4 % en Bogotá. Observatorio desarrollo economico. <https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/abastecimiento/en-enero-de-2022-el-abastecimiento-capita-incremento-4-en-bogota>



Semana. (2022, Mayo 5). A paso firme: restaurantes avanzan con sólida recuperación. Semana.

<https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/a-paso-firme-restaurantes-avanzan-con-solida-recuperacion/202223/>

SENA. (2002, Diciembre 19). https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-11/NTS_USNA003.pdf. Fontur.

https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-11/NTS_USNA003.pdf

Spiwak, A. (n.d.). Retos y tendencias en negocios gastronómicos año 2022. La republica. <https://www.larepublica.co/analisis/ami-spiwak-3105947/retos-y-tendencias-en-negocios-gastronomicos-ano-2022-3281723>

Universidad del Cauca. (n.d.). Fondo Emprender. Sites.

<https://sites.google.com/a/unicauca.edu.co/dae/services/fondo-emprender>