

Plan de negocio para establecer una cafetería (delight fit) que ofrezca alimentos saludables dirigidos a todas las personas que estudian o laboran en la universidad tecnológica de bolívar.

Nicolás Osma Castañeda

T00038886

Santiago Pulido Marín

T00038243

Prof. Humberto Sánchez

Contenido

RESUMEN.....	4
ABSTRACT	4
OBJETIVO GENERAL:	5
OBJETIVO ESPECIFICOS:	5
INVESTIGACIÓN DE MERCADO	6
Análisis del sector.....	6
Análisis del mercado.....	7
Análisis de la competencia.....	11
ESTRATEGIAS DE MERCADEO	12
Concepto de producto	12
Estrategias de distribución	12
Estrategias de precio	13
Estrategias de promoción	13
Estrategias de comunicación.....	13
Estrategias de servicios.....	13
Estado de resultados de la mezcla de mercadeo	14
PROYECCION DE VENTAS	15
DESCRIPCION DEL ESTADO DE ARTE DEL BIEN	16
DESCRIPCIÓN DE PROCESO	17
NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS	19
ESTUDIO ADMINISTRATIVO – FINANCIERO	26
ESTRUCTURAS ORGANIZACIONALES.....	26
FUNCIÓN FINANCIERA	27
Contabilización de operaciones:	27
Inversiones y fuentes de financiación:	28
ESTUDIO LEGAL.....	30
TIPO DE SOCIEDAD.....	30
TIPOS DE CONTRATOS.....	32
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	33
GASTOS DURANTE LA OPERACIÓN.....	35

IMPUESTOS	36
NORMAS O POLITICAS DE OPERACIÓN	37
ESTUDIO DE IMPACTOS	37
IMPACTO ECONÓMICO	37
Generación de empleos:	37
Ventas nacionales y exportaciones:	38
IMPACTO SOCIAL.....	38
IMPACTO AMBIENTAL.....	39
ANEXOS	40
CONCLUSIONES.....	43
BIBLIOGRAFÍA.....	44

RESUMEN

En el siguiente proyecto se analiza la idea de negocio dedicada a la elaboración y distribución de alimentos de categoría fitness, ofrece gran variedad de productos saludables y de la más alta calidad.

El proyecto analiza las siguientes aspectos:

- Estudio de mercados
- Estudio técnico
- Estudio administrativo
- Estudio financiero
- Estudio legal
- Estudio de impacto

Se analizará la viabilidad del proyecto teniendo en cuenta cada uno de estos puntos.

ABSTRACT

In the following project the business idea dedicated to the elaboration and distribution of food of fitness category is analyzed, we offer a great variety of healthy products and of the highest quality

The project analyzes the following issues:

- Market research
- Technical study
- Administrative study
- Financial study
- Legal study
- Impact study

The viability of the project is analyzed taking into account each one of these points.

OBJETIVO GENERAL:

- Diseñar un plan de negocios para establecer una cafetería (Delight Fit) que ofrezca alimentos saludables dirigidos a todas las personas que estudian o laboran en la Universidad Tecnológica de Bolívar.

OBJETIVO ESPECIFICOS:

- Realizar un análisis de mercado en la Universidad Tecnológica de Bolívar, que permita identificar el mercado real y la preferencia de los usuarios referente a su alimentación.
- Hacer un análisis técnico para determinar los elementos necesarios para la elaboración de cada plato y la atención al público.
- Realizar un análisis administrativo de la empresa.
- Realizar un análisis administrativo y financiero para el montaje del restaurante.
- Revisar los lineamientos ambientales y sociales de la propuesta a través del diseño de un plan de impacto real.

Análisis del sector

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

El portal www.losdatos.com (2016) realizó un estudio llamado: 'El sector formal de comidas fuera del hogar en Colombia 2014-2016'. Allí indica que 238 firmas registraron en el año 2015 ingresos operacionales por 4,4 billones de pesos, con un aumento del 11,6 por ciento, frente al 2014, a pesar de la inflación de 6,77 por ciento. Con esto se afirma que hay un crecimiento en la industria gastronómica del país, Colombia.

Detrás de las tiendas de barrio, los restaurantes ya llegaron al segundo puesto entre los establecimientos que más mueven la economía local en el año 2014, según el periódico El Universal. Por lo tanto, los restaurantes en Cartagena son de uso frecuente, tanto para turistas como para los habitantes.

En Colombia un restaurante ya no es un espacio público donde se sirven y consumen alimentos y bebidas a cambio de dinero. Hoy día es un lugar donde el paladar tiene experiencias y sensaciones de acuerdo al gusto de quienes visitan el establecimiento. Teniendo en cuenta que las universidades a nivel nacional son un sitio de afluencia de personas, las oportunidades del entorno actual generan espacios antes no existentes. En la vida universitaria la alimentación es importante para el óptimo desarrollo académico y las opciones que se encuentran son poco asertivas para los estudiantes.

Es necesario recordar que con el paso de los años los estilos de vida de las personas cambian por eso se conoce gran variedad de restaurantes, con el fin de cubrir las exigencias y expectativas de los clientes y posibles clientes. Factores como la falta de tiempo para cocinar genera la búsqueda de alternativas

diferentes, y encontrar variedad en el mercado permite seleccionar la línea de alimentos que se desea ingerir, así utilizan el tiempo que se demora cocinar en las actividades que tienen pendientes por hacer.

Análisis del mercado

Uno de los aspectos más importantes en un plan de negocios es claramente un análisis de mercado, ya que refleja las variables externas que pueden afectar a la empresa, es decir, las variables que pueden influir de manera directa o indirecta la permanencia de la empresa en el mercado. En el mismo sentido ayuda a percibir la aceptación que podría tener el producto o servicio. En pocas palabras el análisis de mercado es una herramienta válida e importante para reflejar el comportamiento de los clientes, proveedores y competidores.

Para ello es necesario describir el mercado en el que se desea entrar por eso se hace primordial saber sobre la universidad tecnológica de Bolívar, pues allí es donde se desarrollara el presente proyecto.

La Universidad Tecnológica De Bolívar está ubicada en la ciudad de Cartagena, siendo una de las universidades más importantes de la costa caribe del país, esto hace que sea un buen punto, puesto que su alto reconocimiento representa una amplia variedad y circulación de personas de todo tipo y edad, pero la prioridad para Delight Fit son sus estudiantes, ya que para el 2014 cuenta con alrededor de 3284 estudiantes de pregrado, 850 de pregrado técnico y tecnológico presencial y 860 estudiantes de posgrado. Lo anterior quiere decir que la universidad tecnológica de Bolívar cuenta con un total de 4994 estudiantes que circulan por sus instalaciones. Estos están divididos por facultades donde la mayor es la de Ingeniería con un 44% (2197 estudiantes), seguido esta la facultad de Ciencias Sociales y Humanas con un 13% (649 estudiantes), en tercer lugar, se encuentra la facultad de Economía y Negocios que cuenta con el 19% (949 estudiantes) y

por último están los estudios técnicos y tecnológicos que posee el 24% (1199 estudiantes).

Es por lo anterior que el mercado objetivo son todos los estudiantes de la Universidad Tecnológica De Bolívar, ya que basándonos en solo los estudiantes son alrededor de 5000 personas que deben asistir a las instalaciones. Es allí donde se crea la necesidad de que todos tengan una amplia variedad de opciones al momento de alimentarse.

Para entender más la opción de aceptación que tiene este proyecto se hace necesario mencionar que estos estudiantes no cuentan con un gran poder adquisitivo lo que obliga a que sean productos que se ajusten a un presupuesto estudiantil universitario.

La mayoría de los estudiantes son de estrato 2 y 3, teniendo una participación del 34% y 29% respectivamente, esto da pie para pensar que los productos deben ser a bajo precio.

Entonces al notar la inexistencia de una cafetería en la cual se ofrezcan una línea de alimentos saludables que permitan una dieta balanceada y el cuidado de la salud de los estudiantes a un bajo precio, se observa una oportunidad de negocio en la Universidad Tecnológica de Bolívar (UTB). En el mercado que presenta la UTB se pudo apreciar que ninguna cafetería ofrece esta línea de alimentos, ya que la mayoría de los productos no hacen parte de una dieta saludable. Para ello es necesario ofrecer variedad en los productos, se busca que los productos a ofrecer sean sanos, saludables que ayuden a una alimentación balanceada para promover el cuidado y la salud del cuerpo, pero a su vez que estos alimentos sean frescos, rápidos de preparar, con buen sabor y a un bajo precio para el cliente. Delight fit ofrece ensaladas de frutas, ensaladas frías y frescas a la mesa, con ingredientes de la mejor calidad y el mejor sabor. También, ofrece sandwiches con

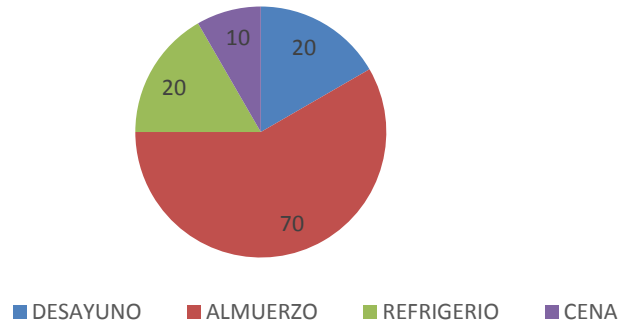
varias opciones de proteínas bajas en grasas y de buena calidad (pavo, pollo, atún, roast beef, jamón, salami y peperoni) acompañados de queso bajo en grasa y vegetales frescos, también vienen con varios tipos de pan (blanco, finas hierbas, integral y sin gluten). Como bebidas delight fit ofrece jugos 100% naturales endulzados con stevia o azúcar morena (a petición del cliente). A si mismo cuenta con una variedad de postres que son de un gran sabor, pero sin endulzantes artificiales, es decir con ingredientes saludables para el organismo.

Con el fin de desarrollar esto de la mejor manera delight fit se encuentra en un excelente punto de ubicación que es la cafetería principal de la universidad lo que da muchas ventajas frente a otros negocios establecidos, ya que cuenta con gran visibilidad, mesas y un área fresca donde los clientes pueden disfrutar de sus comidas. Siendo un negocio con pequeño espacio para el desarrollo operacional se encuentra que tiene la mejor distribución de su espacio con varios mesones, neveras, vitrinas y toda la dotación necesaria para preparar cada producto y almacenar los ingredientes buscando que estos se mantengan frescos.

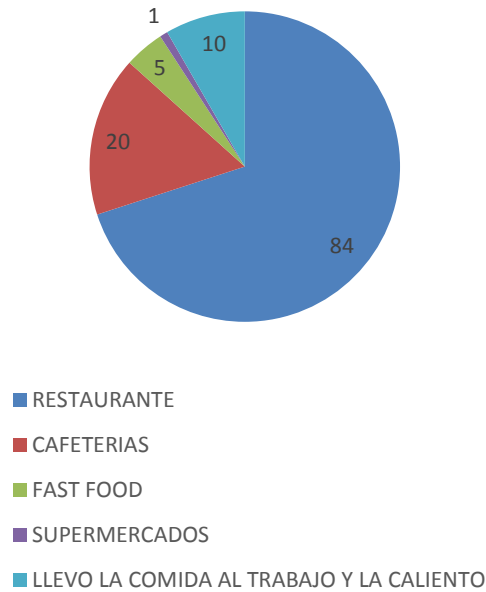
Tuvimos la oportunidad de hacer tres encuestas a la comunidad de la universidad para ver que respuestas nos tendrían al saber de la nueva cafetería, que tan asequible van a ser los precios, donde frecuentan comer a las horas establecidas de las comidas diarias, entre otras.

Aquí están los resultados que obtuvimos:

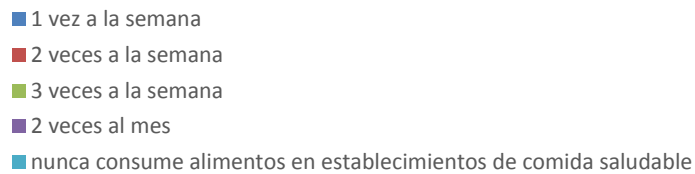
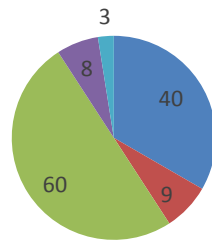
¿Dentro de la zona donde trabaja, consume fuera de su casa alguno de los siguientes alimentos o comidas?



¿Que lugares o establecimientos suele frecuentar para desayunar,almorzar o cenar?



8.¿ Durante el último mes cuantas veces al día,a la semana o al mes usted consumió alimentos comprados en un establecimiento de comida saludable?



Análisis de la competencia

En nuestro proyecto de negocio que vamos a encontrar muchos tipos de competencia ya que existirán otros tipos de cafetería que proporcionaran alimentos a estudiantes de la Universidad Tecnológica de Bolívar, pero la diferencia es que nosotros ofreceremos alimentos saludables para la salud de los estudiantes.

Para esto se pudo identificar que la universidad tecnológica de bolívar cuenta con alrededor de 7 competidores, definiéndolos como empresas que ofrecen productos y servicios similares.

En consecuencia con lo anterior se conoce que cuenta con una cafetería principal llamada “alcatraz”, la cual se identifica como el mayor competidor, puesto que es quien ofrece más variedad de productos y alta competencia operativa.

Posteriormente se identifica la cafetería llamada “La esquina del pandebono” que ofrece productos de panadería y jugos naturales. Entre los otros se encuentra un puesto de ensaladas de fruta y mangos, panadería, pizza y comida rápida.

ESTRATEGIAS DE MERCADEO

Concepto de producto

El concepto que nosotros podemos dar a Delight fit es una cafetería saludable que ofrecerá ensaladas de frutas, ensaladas frías y frescas a la mesa, con ingredientes de la mejor calidad y el mejor sabor. También, ofrece sandwiches con varias opciones de proteínas bajas en grasas y de buena calidad (pavo, pollo, atún, roast beef, jamón, salami y peperoni) acompañados de queso bajo en grasa y vegetales frescos, también vienen con varios tipos de pan (blanco, finas hierbas, integral y sin gluten). Como bebidas delight fit ofrece jugos 100% naturales endulzados con stevia o azúcar morena (a petición del cliente). A si mismo cuenta con una variedad de postres que son de un gran sabor pero sin endulzantes artificiales, es decir con ingredientes saludables para el organismo.

Estrategias de distribución

En nuestras estrategias de distribución optaremos por contratar a una persona con experiencia en ventas, que se va a encargar de atender a todos nuestros clientes y darles los mejores consejos de alimentación.

Estrategias de precio

La estrategia de precios que utilizaremos será la de penetración ya que ofreceremos un producto de alta calidad a un precio mucho más bajo del esperado. Esto nos ayudará a entrar en un nuevo mercado incluso cuando existen competidores más fuertes, y crearemos lealtad con nuevos clientes desde el comienzo. Esta estrategia puede aumentar drásticamente el tiempo de duración de los clientes, porque estos estarán "enganchados" con la oferta.

Estrategias de promoción

Una de las estrategias de promoción que nuestra empresa va a utilizar es adicionar servicios de domicilio durante un tiempo a todas las personas.

Estrategias de comunicación

Nuestra estrategia de comunicación será el de redes sociales, nuestra empresa podrá crear y mantener comunidades digitales de usuarios alrededor de ellas, fortaleciendo nuestro liderazgo mediante la difusión de contenido de valor vinculado con los servicios que manejaremos, la marca y los intereses de sus consumidores y generando acciones en pro de la empresa.

Estrategias de servicios

La estrategia de servicio al cliente que vamos a manejar es la comunicación bidireccional que trata de que toda empresa debe tener una comunicación digital con todos sus clientes, en este caso serían todas las aplicaciones como Facebook, Instagram y página de internet que serán habilitadas para dar el mejor servicio a nuestros clientes y satisfacer todas sus necesidades.

Estado de resultados de la mezcla de mercadeo



Estado de Resultado año 2017	
Venta	<i>50.000.000</i>
Costo de Venta	<i>23.650.000</i>
Utilidad Bruta	<i>26.350.000</i>
Gastos fijos	<i>9.250.000</i>
Utilidad Operacional	<i>17.100.000</i>
Interés	<i>500.000</i>
Utilidad Neta	<i>16.600.000</i>

Como podemos ver en este cuadro las ventas totales del año fueron \$50.000.000, el costo de ventas estuvo en \$23.650.000 que en porcentaje representa un 47,3%, que se puede decir que estuvo en un buen promedio ya que no supero el 50% de las ventas.

En gastos fijos podemos resaltar que se encuentran todo lo referente a nomina, arriendos (en arriendos se encuentra todo lo de servicios públicos), los intereses son cobrados por el banco ya que se hizo un préstamo y los \$500.000 representa la cuota que mensualmente se pagara.

PROYECCION DE VENTAS

Entendemos que la proyección de ventas es la cantidad de ingresos que una empresa espera ganar en algún momento en el futuro. Es una predicción que es sinónimo de una previsión de ventas. Ambas ayudan a determinar la salud de una empresa y si las tendencias de ventas están a la alza o a la baja. Por esto en este plan de negocio se dispone a realizar una con el fin de ver los resultados que esta arrojaría para este plan de negocio.

Ventas mensuales durante los tres (3) primeros años

ITEMS	2017	2018	2019
VENTA ANUAL	50.000.000	55.000.000	63.250.000
CRECIMIENTO	0%	10%	15%
FEBRERO	8.300.000	9.130.000	10.499.500
CRECIMIENTO	0%	10%	15%
MARZO	7.500.000	8.250.000	9.487.500
CRECIMIENTO	0%	10%	15%
ABRIL	9.000.000	9.900.000	11.385.000
CRECIMIENTO	0%	10%	15%
MAYO	8.650.000	9.515.000	10.942.250
CRECIMIENTO	0%	10%	15%
SEPTIEMBRE	5.900.000	6.490.000	7.463.500
CRECIMIENTO	0%	10%	15%
OCTUBRE	8.542.000	9.396.200	10.805.630
CRECIMIENTO	0%	10%	15%
NOVIEMBRE	7.980.000	8.778.000	10.094.700
CRECIMIENTO	0%	10%	15%

Como pueden ver las ventas del primer año fueron buenas ya que se esperaba una venta total menor al valor que se encuentra en la tabla, la idea de las proyecciones para los siguientes años es poder aumentar al menos un 10%, ya que cada año el valor de la materia prima se va a incrementar esto se da a las alzas de los impuestos estipulados por el gobierno de Colombia.

Otra manera de aumentar el porcentaje de venta para los siguientes años es el aumento de precio en cada uno de los productos que se ofrecen en el negocio.

DESCRIPCION DEL ESTADO DE ARTE DEL BIEN

La realización del estado del arte del bien o servicio se hace necesaria para este proyecto, puesto que muestra la realización de los procesos desde el inicio hasta el final. Teniendo en cuenta cada una de las variables que pueden afectar directamente o indirectamente la empresa. A continuación se presenta el estado del arte del servicio.

ESTADO DEL ARTE

PESCA, CAZA

Primer método de obtención de alimentos y preparación de comida que existió.

AGRICULTURA

El cultivo de sus propios alimentos para el sustento de la familia.

INDUSTRIALIZACION

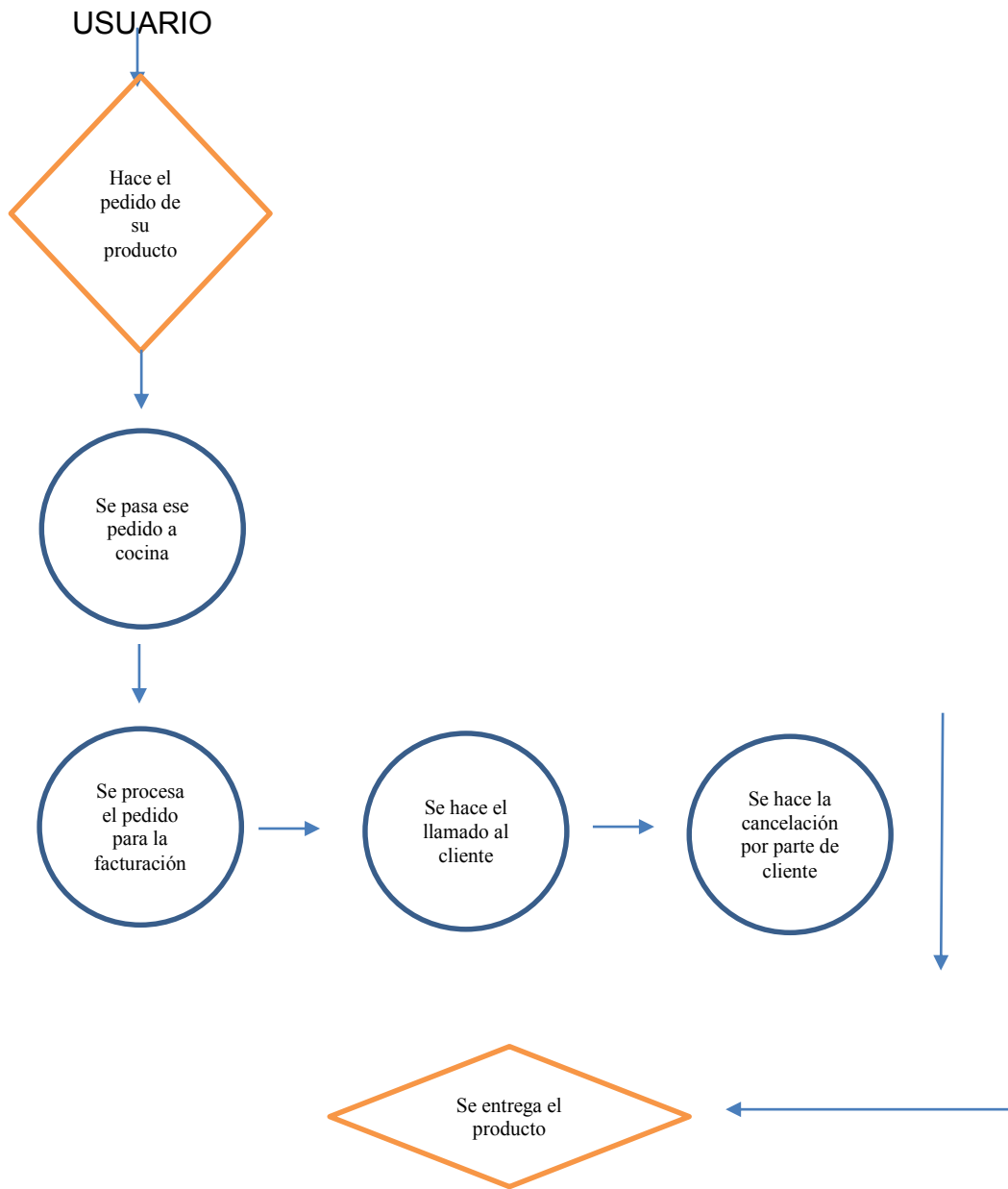
Es el método que esta hoy en día que la mayoría de los alimentos son elaborados por la industria.

DESCRIPCIÓN DE PROCESO

La descripción del proceso consiste en dar a conocer los pasos en cómo se realizan las actividades en un negocio. Para este caso se explicara brevemente cómo funcionan los procesos en delight fit con el fin de satisfacer las necesidades de los consumidores y darles la mejor experiencia a través de varias herramientas que permiten un mejor entendimiento.

Diagrama de flujo

A continuación, se presenta el diagrama de flujo, el cual nos va a dar a conocer como es todo el proceso de compra en la cafetería DELIGHT FIT



NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Este proyecto es de suprema importancia en la Universidad Tecnológica de Bolívar debido a que permite conocer las tendencias de alimentación de las personas que se encuentran allí, con el fin de crear una mejor y nueva alternativa de alimentación, en la cual puedan cuidar su salud y bienestar.

El presente proyecto aporta información fundamental para conocer los hábitos de alimentación que tienen las personas que están en la UTB con el fin de mejorarlos y brindar una alternativa que contribuya a una buena y saludable alimentación para evitar enfermedades futuras o problemas en su organismo. Hoy en día, a raíz de la mala alimentación que prioriza en nuestro país, se ve una gran tendencia a la obesidad, y con este proyecto se podría contribuir a evitarla, incentivando a los jóvenes a acudir a esta nueva y saludable alternativa de alimentación.

Lo anterior conlleva a llevar a cabo este proyecto viendo la necesidad que existe de variedad y opciones saludables de alimentación.

INSUMOS Y APARATOS DE COCINA		
CANTIDAD	NOMBRE	VALOR
2	LICUADORAS OSTER	\$ 650.000
1	HORNO ELECTRICO	\$ 450.000
1	PARRILLA ELECTRICA	\$ 365.000
1	JUEGO DE CUCHILLOS	\$ 142.000
1	NEVERA VITRINA	\$ 2.800.000
1	NEVERA VERTICAL	\$ 1.925.000
4	CAJONES DISPENSADORES	\$ 200.000
1	SANDUCHERA INDUSTRIAL	\$ 550.000
	MAQUINA DE HIELO	\$ 545.000
TOTAL		\$ 7.627.000

MONTAJE DE LOCAL		
CANTIDAD	NOMBRE	VALOR
1	MUEBLE PRINCIPAL	\$ 800.000
1	CAJA REGISTRADORA	\$ 320.000
3	REPISAS DE PARED	\$ 330.000
2	CANECAS	\$ 100.000
1	SILLA ALTA	\$ 70.000
	MENUS/LETREO	\$ 450.000
1	UTENSILIOS COCINA	\$ 345.000
4	UNIFORMES	\$ 120.000
1	PAPELERIA	\$ 200.000
TOTAL		\$ 2.735.000

	\$
TOTAL MONTAJE	10.362.000

Dado que en la Universidad Tecnológica de Bolívar no hay cafeterías que ofrezcan una línea de alimentación saludable, Delight Fit le apuesta a la generación de nuevas formas de ver la alimentación, utilizando esa línea, así propone productos tales como *Sandwiches, Wraps y ensaladas*, los cuales se logran a través de la adquisición de materia prima orgánica para su preparación final que cuiden la salud de los clientes. Todo esto va de la mano de un sitio adecuado y compuesto por una vitrina refrigerada que permita mantener los productos en buen estado y además sean apreciables para el cliente, horno eléctrico, tostador, licuadoras, una nevera para preservar los alimentos y una productora de hielo para la fabricación de los jugos, aparte de esto contara con una caja registradora inteligente, cajones de almacenamiento, y todos los utensilios de cocina necesarios tales como cuchillos, cocas plásticas, entre otros. Los precios serán asequibles sin perder el equilibrio de la empresa, dado que el público objetivo es en su mayoría estudiantes universitarios.

CODIGO	PRODUCTO	INICIAL APERTURA NEGOCIO	FINAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	AGUA PET OASIS	30	15	\$ 870	\$ 13.050
2	YOGURT CUCHAREABLE APINA	18	10	\$ 790	\$ 7.900
3	GATORADE	40	25	\$ 2.000	\$ 50.000
4	NUTRY DAY	15	11	\$ 570	\$ 6.270
5	AVENA ALPINA	10	9	\$ 890	\$ 8.010
6	TE HATSU	10	9	\$ 3.050	\$ 27.450
7	TORTA CHOCOLATE	35	25	\$ 1.500	\$ 37.500

8	<i>TORTA ZANAHORIA</i>	35	30	\$ 1.500	\$ 45.000
9	<i>PULPA MORA</i>	10	7	\$ 860	\$ 6.020
10	<i>PULPA COROZO</i>	10	9	\$ 861	\$ 7.749
11	<i>PULPA FRESA</i>	10	5	\$ 862	\$ 4.310
12	<i>PULPA ZAPOTE</i>	10	9	\$ 863	\$ 7.767
13	<i>PULPA GUANABANA</i>	10	6	\$ 864	\$ 5.184
14	<i>PULPA NISPERO</i>	10	7	\$ 865	\$ 6.055
15	<i>LIMONADA COCO</i>	10	3	\$ 866	\$ 2.598
16	<i>EMPANADA POLLO</i>	30	0	\$ 600	\$ -
17	<i>PALITO QUESO</i>	25	0	\$ 600	\$ -
18	<i>PALITO SALCHICHA</i>	25	0	\$ 800	\$ -
19	<i>VASOS 16 ONZ</i>	100	70	\$ 120	\$ 8.400
20	<i>PITILLOS</i>	1000	900	\$ 70	\$ 63.000
21	<i>PLATO POSTRE</i>	200	60	\$ 98	\$ 5.880
22	<i>PLATO ENSALADA CESAR</i>	120	58	\$ 250	\$ 14.500
23	<i>PLATO SANDWICH</i>	200	140	\$	\$

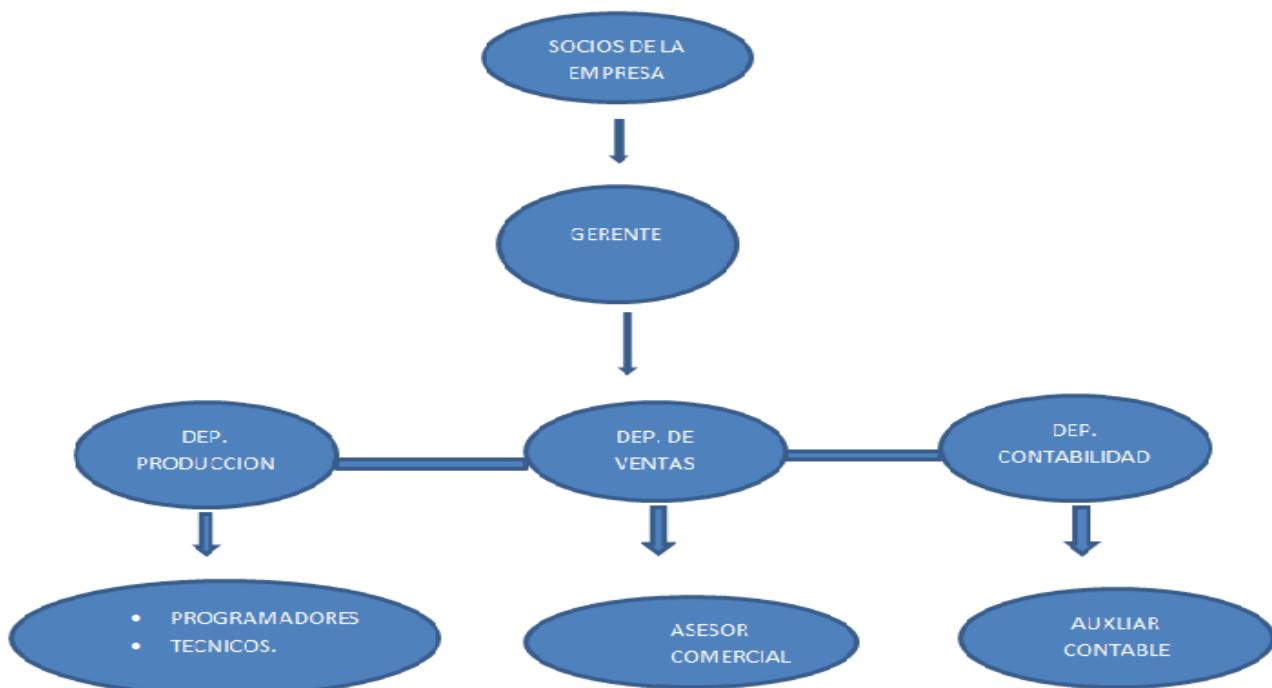
				150	21.000
24	<i>MANDARINA</i>	8	1	\$ 270	\$ 270
25	<i>LIMON</i>	150	10	\$ 160	\$ 1.600
26	<i>NARANJA</i>	20	2	\$ 230	\$ 460
27	<i>FRESA</i>	5	0	\$ 460	\$ -
28	<i>BANANO</i>	5	0	\$ 100	\$ -
29	<i>CEBOLLA</i>	6	0	\$ 800	\$ -
30	<i>PIMENTON</i>	3.5	0	\$ 640	\$ -
31	<i>PEPINO</i>	2.7	1	\$ 540	\$ 540
32	<i>LECHUGA</i>	5	0	\$ 700	\$ -
33	<i>LECHUGA RIZADA</i>	6	0	\$ 900	\$ -
34	<i>TOMATE</i>	2.4	0	\$ 350	\$ -
35	<i>TOMATE CHERRY</i>	1.9	0	\$ 630	\$ -
36	<i>JAMON</i>	9	2	\$ 5.400	\$ 10.800
37	<i>PAVO</i>	9	1	\$ 8.700	\$ 8.700
38	<i>ATUN</i>	12	4	\$ 2.300	\$ 9.200

39	<i>POLLO</i>	24	11	\$ 1.800	\$ 19.800
40	<i>SALAMI</i>	1	1	\$ 33.000	\$ 33.000
41	<i>PEPERONI</i>	1,5	2	\$ 15.000	\$ 30.000
42	<i>QUESO</i>	2	2,5	\$ 8.700	\$ 21.750
43	<i>SALSA TOMATE</i>	2.5	2,5	\$ 18.000	\$ 45.000
44	<i>SALSA PIÑA</i>	2	2	\$ 15.000	\$ 30.000
45	<i>SALSA BBQ</i>	2	2	\$ 21.000	\$ 42.000
46	<i>SALSA MOSTAZA</i>	3	3	\$ 22.000	\$ 66.000
47	<i>SALSA MAYONESA</i>	2.5	2,5	\$ 18.000	\$ 45.000
48	<i>SALSA TARTARA</i>	3	3	\$ 23.000	\$ 69.000
49	<i>MIEL</i>	1	1	\$ 11.000	\$ 11.000
50	<i>ACEITE DE OLIVA</i>	0	0	\$ 25.000	\$ -
51	<i>VINAGRETA</i>	1	1	\$ 17.000	\$ 17.000
52	<i>PAN SANDWICH</i>	50	0	\$ 500	\$ -
53	<i>JUGO NECTAR</i>	20	12	\$ 1.500	\$ 18.000
54	<i>H2O</i>	15	7	\$	\$

				870	6.090
55	POSTRE TRES LECHES	12	0	\$ 2.800	\$ -
56	TE LIPTON	15	7	\$ 1.760	\$ 12.320
57	YOGURT GRIEGO	15	3	\$ 1.070	\$ 3.210
				279.079	848.383

ESTUDIO ADMINISTRATIVO – FINANCIERO

ESTRUCTURAS ORGANIZACIONALES



Dentro de los análisis administrativos se aprecia un organigrama pequeño pero que abarca todo lo necesario del negocio comenzando con los socios en la parte superior, donde se desprende el administrador y dos operarios, uno encargado de la caja, pedidos, facturación, y el otro encargado de la cocina. Cabe aclarar que toda persona que trabaje en este restaurante debe tener como mínimo estos valores: honestidad, respeto, compañerismo, amabilidad, tolerancia y humildad.

Ahora bien, se busca que el administrador sea una persona líder, apta para el cargo para solucionar problemas de forma inmediata y que sea una persona responsable y respetuosa con sus subalternos. Por el lado del operario de caja que como mínimo sea bachiller, una persona honesta con buen manejo del efectivo, ordenada y con capacidad de aprender y mejorar. Y por último el operario de cocina debe ser una persona ágil que sepa trabajar bajo presión y con calidad, que sea tolerante y que tenga condiciones de aprender y dejarse moldear.

FUNCIÓN FINANCIERA

Contabilización de operaciones:

Nuestra empresa cumple con las condiciones expuestas en el Decreto 3019 de 2013, por el cual se describen aquellas empresas que pertenecen al grupo 3 del proceso de convergencia a NIIF (microempresas).

Contaremos con un Contador Público, encargado de la contabilización, preparación de los estados financieros, elaboración de presupuestos, análisis de costos, entre otras funciones.

Inversiones y fuentes de financiación:

Nuestras inversiones estarán enfocadas principalmente en equipos de cocina especializados para la preparación de productos, se utilizarán diferentes fuentes de financiación que estarán compuestas por recursos propios en un 60% y 40% entidades financieras.

Balance General año 2017	
Activos Corriente	
<i>Disponible</i>	<i>500.000</i>
<i>Bancos</i>	<i>1.100.000</i>
<i>Clientes</i>	<i>-</i>
<i>Inventario</i>	<i>900.000</i>
Total Activo Corriente	2.500.000
Activo No Corriente	
<i>terrenos</i>	<i>-</i>
<i>equipos de cocina y bar</i>	<i>15.300.000</i>
Total Activo no Corriente	15.300.000
Total Activos	17.800.000

Pasivos	
Pasivo corrientes	
Proveedores	965.000
bancos	2.735.000
Empleados	-
Total pasivo corriente	3.700.000
Patrimonio	
Capital	10.000.000
Utilidades Acumuladas	4.100.000
Total Patrimonio	14.100.000
Total pasivo + patrimonio	17.800.000

Estado de Resultado año 2017	
Venta	50.000.000
Costo de Venta	23.650.000
Utilidad Bruta	

	<i>26.350.000</i>
Gastos fijos	<i>9.250.000</i>
Utilidad Operacional	<i>17.100.000</i>
Interes	<i>500.000</i>
Utilidad Neta	<i>16.600.000</i>

ESTUDIO LEGAL

TIPO DE SOCIEDAD

En Colombia existen varios tipos de sociedades al momento de crear una empresa o tener un plan de negocio, las cuales se diferencian en derechos para los socios y ventajas. En este caso preciso se tiene un tipo de sociedad establecido el cual es la Sociedad por acción simplificada (S.A.S), puesto que esta no necesita un capital mínimo sino que se ajusta a la capacidad de los socios para adecuar el lugar y cumplir con todos los requerimientos. Cabe notar que delight fit actualmente cuenta con dos socios.

Item	Tipo de sociedad	Características		
		Capital mínimo necesario	No. de socios	Responsabilidad
1	Persona natural comerciante			
2	Unipersonal			
3	Sociedad por acción simplificada (S.A.S)	No hay un capital mínimo.	2	Solamente hasta el monto de sus respectivos aportes
4	Sociedad colectiva			
5	Sociedad anónima (S.A.)			
6	Sociedad de responsabilidad Ltda. (Ltda.)			
7	Sociedad en comandita simple (S en C)			
8	Sociedad en comandita por acciones (S.C.A.)			
9	Empresa asociativa de trabajo (E.A.T.)			

10	Sociedades agrarias de transformación (S.A.T.)			
----	--	--	--	--

TIPOS DE CONTRATOS

En delight fit se implementan solo dos tipos de contrato, el primero de estos es el contrato indefinido, el cual es un contrato sin un tiempo determinado, es decir, sin fecha de caducidad, puesto que solo se puede dar por terminado si se incumple con alguna cláusula de alguna de las partes involucradas en el mismo.

El otro tipo de contrato que se implementa es el contrato de obra, el periodo de pago puede ser diario, semanal, quincenal o como máximo mensual. En este tipo de contrato no se puede pactar el pago cuando se termine la obra, a no ser que la obra se termine en un tiempo inferior a un mes.

Item	Tipo de contrato	Características de los contratos		
1	Contrato indefinido	X		
2	Contrato a término determinado o fijo			
3	Contrato por realización de una obra o labor determinada	x		
4	Contrato accidental, ocasional o transitorio			

5	Contrato civil por prestación de servicio			
6	Contrato de aprendizaje			
7	Contrato de gestor comercial			

GASTOS DE CONSTITUCIÓN

item	Tipo de gasto de constitución	Detalle	Valor
1	Certificado de homonimia	Buscar el nombre de tu negocio en el RUES para ver si esta registrado.	No aplica
2	Escritura pública	Depende del valor del inmueble	360000
3	RUT / NIT	Registro único tributario lo expide la DIAN	No aplica
4	Registro mercantil	Cámara de comercio del establecimiento	Depende de los activos declarados (50000)
5	Licencia sanitaria	DADIS	No aplica
6	Licencia de bomberos	Verificar con	Depende de

		condiciones eléctricas establecidas	activos declarados (226000)
7	Licencia ambiental	Dependiendo de naturaleza de la empresa ejm EPA	No aplica
8	Licencia de funcionamiento		
9	Permiso de uso del suelo	Permiso de la alcaldía para utilizar el lugar	20000
10	Registro INVIMA	Dependiendo de naturaleza de la empresa	No aplica
11	Permiso ICA	Ventas de productos químicos para el agro	No aplica
12	Otro		

GASTOS DURANTE LA OPERACIÓN

Ítem	Tipo de gasto de constitución	Detalle	Valor
1	Impuesto de industria y comercio		Depende de los ingresos
2	Impuestos de avisos y tableros	Se paga dentro del impuesto industria y comercio.	Depende de los ingresos
3	Registro mercantil		
4	Licencia sanitaria		
5	Licencia de bomberos		anual
6	Licencia ambiental		No aplica
7	Licencia de funcionamiento		
8	Permiso de uso del suelo		Una sola vez (al momento de apertura)
9	Licencia de importación o exportación (INCOMEX)	No aplica	No aplica
10	Aranceles de entrada y salida	No aplica	No aplica
11	Impuesto de valor agregado	Impuesto del valor	Se declara cuando se genera

	IVA	agregado	en la operacion
12	Seguridad social	Obligaciones contraídas con los empleados	mensual
13	Parafiscales	Contribución que se realizan a distintas entidades	mensual
14	Otros		

IMPUESTOS

Item	Tipo de impuesto	Descripción	Valor
1	Impuestos nacionales		Al momento que se genera en la operacion
2	Impuestos regionales o departamentales		Al momento que se genera en la operación
3	Impuestos municipales		Al momento que se genera en la operacion

NORMAS O POLITICAS DE OPERACIÓN

Delight fit tiene como política la repartición equitativa de las utilidades generadas pero solo semestralmente, luego que se haya sacado el porcentaje para la reserva (10%) y el porcentaje de crecimiento y reinversión (20%).

ITEM	Tipo de norma o política	Descripción	
1	Distribución de utilidades		Las utilidades en esta empresa se repartirán semestralmente.

ESTUDIO DE IMPACTOS

Impacto económico

El impacto económico es la repercusión que trae algún acto a la economía de un mercado o en general, este puede ser bueno o malo, en otras palabras el impacto económico son las consecuencias que trae a la economía las acciones de una empresa o cualquier ente. Pero en este caso el impacto es la generación de empleos y oportunidades para empleados y proveedores.

Generación de empleos:

Nuestro proyecto tendrá la posibilidad de general al menos cinco empleos directos, durante la implementación en la primera Institución. Se incluirá más personal a medida que la empresa crezca y se tenga la necesidad.

Luego de la implementación de la cafetería en la universidad, serán necesarias

dos personas encargadas de llevar a cabo el servicio en la universidad. Este personal estará disponible para atender a todos los clientes.

Ventas nacionales y exportaciones:

En nuestra proyección de los próximos tres años solo hemos considerado ventas nacionales. A corto y mediano plazo no tenemos planes para expandirnos internacionalmente, aunque no se descarta la posibilidad de hacerlo en el largo plazo

.

IMPACTO SOCIAL

Se entiende como impacto social como el cambio inducido por un proyecto sostenido en el tiempo y en muchos casos extendido a grupos no involucrados en este (efecto multiplicador) en Evaluación social de proyectos. El impacto es la consecuencia de los efectos de un proyecto.

La generación de empleo, explicada en el punto anterior, será el primer aspecto a considerar en el impacto social que generará nuestro proyecto de negocios. Por otro lado, el mejoramiento del servicio de comida de la Institución, podría implicar una motivación para los estudiantes a asistir a dichas instituciones, por lo tanto, consideramos que habrá una menor deserción y un aumento del número de personas dispuestas a estudiar en estas instituciones.

IMPACTO AMBIENTAL

Este impacto explica las consecuencias y responsabilidades que tiene la compañía con el medio ambiente, este impacto puede ser negativo o positivo pero en este caso se busca minimizar el daño que se le pueda ocasionar al medio ambiente para afectarlo lo menos posible.

Por lo anterior, Delight fit busca ser amigable con el medio ambiente por lo cual se trata de reciclar al máximo los desechos y a su vez promover esto a los clientes es por esto que los utensilios usados (platos, vasos, cubiertos, pitillos, etc.) sean biodegradables y buenos con el medio ambiente.

ANEXOS

Delight Fit



Snacks y Más

<i>Empanadas</i>	<i>Palito Opera</i>	<i>Keebe</i>	<i>Dedito con Salchicha</i>
\$1.700	\$1.200		\$1.700

<i>Yogurt Griego</i>	<i>Avena Alpina</i>
\$2.000	\$2.500

Delight Fit



Ensaladas

<i>Ensalada de Frutas</i>	<i>Ensalada Cesar</i>
\$3.500	\$8.000

OTROS

<i>Agua</i>	<i>Jé Hatsu</i>	<i>Postres (Tortas Fit)</i>	<i>Gatorade</i>
\$2.000	\$4.000	\$3.000	\$2.500



Sandwiches

Wraps



NUESTROS SABORES PARA TI

Pavo

\$6.500

Jamón

\$6.500

Salami

\$6.500

Peperoni

\$6.500

Atún

\$6.500

Pollo

\$6.500

COMBINACIONES

Italo

(Salami, Peperoni)

\$8.000

Italo Especial

(Salami, Jamón, Peperoni)

\$8.000

Especial

(Jamón, Pavo)

\$8.000

Super Especial

(Jamón, Pavo, Pollo)

\$8.000



CONCLUSIONES

En conclusión este proyecto es de suprema importancia en la Universidad Tecnológica de Bolívar debido a que permite conocer las tendencias de alimentación de las personas que se encuentran allí, con el fin de crear una mejor y nueva alternativa de alimentación, en la cual puedan cuidar su salud y bienestar, también aporta información fundamental para conocer los hábitos de alimentación que tienen las personas que están en la UTB con el fin de mejorarlos y brindar una alternativa que contribuya a una buena y saludable alimentación para evitar enfermedades futuras o problemas en su organismo.

BIBLIOGRAFÍA

- Caviedes, D. (2013). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE*. BOGOTÁ: UNIVERSIDAD EAN.
- Ferraro, C., Goldstein, E., Zuleta, L., & Garrido, C. (2011). *Eliminando barreras: El financiamiento a las pymes*. Santiago de Chile: Naciones Unidas y CEPAL.
- López, M., Aceves, J. N., Pellat, A., & Puerta, C. (2008). *Estudio administrativo.... un apoyo en la estructura organizacional*. Obtenido de <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudioadmtivo.pdf>
- Montalvo, I. (2008). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE*. Bogotá: Universidad Javeriana de Bogotá.
- Muñoz, K. (2014). *PLAN DE EMPRESA PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA FITNESS EN LA CIUDAD DE CALI*. Cali: UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE.
- Quintana, A. (2010). *Análisis del Mercado*. www.laformacion.com - www.libroelectronico.com.
- Rivera, H., & Pérez, S. (2011). *CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN*. Bogotá: PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA .
- Universal, E. (14 de abril de 2014). www.eluniversal.com.co. Obtenido de <http://www.eluniversal.com.co/economica/crecen-los-restaurantes-y-bares-en-cartagena-157068>
- www.losdatos.com. (Junio de 2016). www.losdatos.com. Obtenido de www.losdatos.com: