



**Plan de Negocio para el Montaje y la Creación del Restaurante “Museo Tradición”, especializado en comida típica local en la Ciudad de Santa Marta
Magdalena**



MARILY ESTER HERNANDEZ PARDO
Código: 20311826079
LAILA SAMIRA PEREZ MARQUEZ
Código: 20311828965

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO
2022



**Plan de Negocio para el Montaje y la Creación del Restaurante “Museo Tradición”, especializado en comida típica local en la Ciudad de Santa Marta
Magdalena**

MARILY ESTER HERNANDEZ PARDO
Código: 20311826079
LAILA SAMIRA PEREZ MARQUEZ
Código: 20311828965

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:

Administración De Empresas
Director (a):

MIGUEL ENRIQUE RESTREPO LOBO

Línea de Investigación:
Gestión de la Innovación

Universidad Antonio Nariño
Programa Administración de Empresas
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Santa Marta, Colombia

2022



NOTA DE ACEPTACIÓN

El trabajo de grado titulado “Plan de Negocios para el Montaje y Creación del Restaurante “Museo Tradición”, especializado en comida típica local en la Ciudad de Santa Marta Magdalena

Cumple con los requisitos para optar

Al título de **ADMINISTRADOR DE EMPRESAS.**

El trabajo de grado titulado

Cumple con los requisitos para optar

Al título de _____.

Firma del Tutor

Firma Jurado

Firma Jurado

Santa Marta, 2022



Dedicatoria

La realización de este trabajo de investigación, va dedicado principalmente a Dios, por ser mi guía y darme la fuerza para continuar en este proceso de formación hasta el final, para lograr uno de los deseos más queridos de todo estudiante, al culminar su carrera como profesional.

A mis padres; por su amor, trabajo y sacrificio en estos últimos años, por no dejarme sola a lo largo de este proceso, me siento muy orgullosa y privilegiada de ser su hija y de tener a los mejores padres a mi lado.

A mi familia entera, mis abuelos, mis tías por siempre creer en mí y darme el mejor de los ánimos y apoyo incondicional cuando más lo necesitaba.

Familia entera me siento orgullosa, así como espero que ustedes, por alcanzar uno de mis primeros logros en la vida, los amo.

Laila Samira Perez Márquez



Dedicatoria

Primero que nada, agradezco a Dios por permitirme dar este paso tan importante para la vida de cualquier persona, por otorgarme la sabiduría y responsabilidad necesaria para cumplir esta meta.

Se lo dedico a mi madre, que contra toda adversidad luchó a diario para formarme como persona y para ayudarme a que pudiera cumplir mi sueño de ser una profesional.

Por último, esta dedicatoria también va a mi padre y a mi tía, que, aunque no se encuentren en el plano terrenal, sé que de donde están me protegieron, guiaron y ayudaron a lo largo de todo este camino.

Marilyn Ester Hernández Pardo



Agradecimientos

Lo primordial para nosotras es darle gracias al creador de todo, Dios, por habernos regalado la oportunidad vivir toda esta experiencia de la mejor manera posible, por haber cruzado nuestros caminos y que este se hicieran uno solo a lo largo de nuestros años de estudios.

A nuestros padres, por regalarnos el apoyo necesario para cumplir nuestra meta, por guiarnos, protegernos y ayudarnos en todo lo necesario, sin ellos nada de esto hubiera sido posible.

Por último, pero no menos importante, darle gracias a la universidad por abrirnos sus puertas, se convirtió en nuestro segundo hogar a lo largo de estos años y de la misma manera agradecer a cada profesor que nos acompañó y nos guio en este proceso, sin ellos nada de esto hubiera sido posible. de manera especial al profesional MIGUEL ENRÍQUE RESTREPO LOBO, nuestro tutor de proyecto quien nos guio con su paciencia y su rectitud como docente.



Tabla de contenido

Resumen ejecutivo	13
Abstract	14
Introducción	15
Justificación.....	17
<i>Justificación de la situación metodológica</i>	<i>17</i>
<i>Justificación de la situación practica</i>	<i>17</i>
<i>Justificación de la situación social</i>	<i>18</i>
Antecedentes.....	19
Planteamiento del problema	23
<i>Formulación del problema</i>	<i>24</i>
<i>Sistematización del problema</i>	<i>24</i>
Objetivos del proyecto	25
<i>Objetivo general.....</i>	<i>25</i>
<i>Objetivos específicos.....</i>	<i>25</i>
Descripción del negocio.....	26
<i>Productos o Servicios a Ofrecer.....</i>	<i>26</i>
<i>Propuesta de Valor</i>	<i>27</i>
<i>Infraestructura Técnica y Operativa Requerida.....</i>	<i>28</i>
<i>Infraestructura técnica</i>	<i>28</i>
<i>Planta de personal</i>	<i>29</i>
Metodología de la investigación.....	30
<i>Tipo de la investigación</i>	<i>31</i>
<i>Enfoque de la investigación.....</i>	<i>31</i>
<i>Herramientas de Investigación.....</i>	<i>32</i>
<i>Análisis y Tratamiento de datos.....</i>	<i>32</i>
<i>Fuentes de la Información</i>	<i>32</i>
<i>Técnicas de recolección de datos</i>	<i>32</i>
<i>Instrumentos de recolección de datos.....</i>	<i>33</i>



<i>Población y Muestra</i>	33
Estudio de mercado	35
<i>Análisis del sector</i>	35
Sector gastronómico en el panorama nacional	35
Sector gastronómico en el panorama internacional	36
<i>Análisis del cliente</i>	37
Mercado disponible	37
Mercado objetivo	38
<i>Segmento de mercado</i>	38
<i>Mercado potencial</i>	39
<i>Análisis de la competencia</i>	39
<i>Estrategias de mercado</i>	40
Producto – Servicio	40
Descripción del servicio a ofrecer	40
Precio	42
Plaza – Comercial	51
Promoción.....	52
Estudio técnico – operativo	53
<i>Flujo de operaciones</i>	53
<i>Ficha técnica del producto</i>	54
<i>Localización empresarial</i>	65
Macro localización prevista	65
Micro localización.....	66
<i>Necesidades y requerimientos</i>	67
Recursos físicos para el local comercial.....	68
Recursos de operación.....	68
Software operativo	69
<i>Gastos de puesta en marcha</i>	69
<i>Inversiones totales del negocio</i>	70
Estudio económico – financiero	72
<i>Gastos operativos</i>	72
<i>Nomina</i>	73
<i>Gastos de venta</i>	76
<i>Costos fijos</i>	76



<i>Punto de equilibrio</i>	77
<i>Análisis de supuestos económicos</i>	81
<i>Estados financieros</i>	84
<i>Criterios de decisión financiera</i>	87
Conclusiones y logros	88
Referencia Bibliográfica	91
Anexos	93

Lista de Tablas

Tabla 1. Infraestructura técnica requerida.....	28
Tabla 2. Personal requerido.....	29
Tabla 3. Análisis del mercado competitivo.....	39
Tabla 4. Tablas de Costeo (Caracterización de costeo para insumos alimentarios).....	43
Tabla 5. Tablas de Costeo (Caracterización de costeo para bebidas, jugos y cocteles).....	44
Tabla 6. Tablas de Cálculo del PV (Costeo unitario y asignación de precio de venta. Línea 1: Entradas).....	44
Tabla 7. Tablas de Cálculo del PV (Costeo unitario y asignación de precio de venta. Línea 2: Platos fuertes).....	45
Tabla 8. Tablas de Cálculo del PV (Costeo unitario y asignación de precio de venta. Línea 3: Jugos Naturales y Granizados).....	48
Tabla 9. Tablas de Cálculo del PV (Costeo unitario y asignación de precio de venta. Línea 4: Cocteles).....	49
Tabla 10. Tablas de Cálculo del PV (Costeo unitario y asignación de precio de venta. Línea 5: Bebidas).....	50
Tabla 11. Gastos de Ventas y Promoción.....	52
Tabla 12. Recursos físicos para el local comercial.....	68
Tabla 13. Recursos de operación.....	68
Tabla 14. Software operativo.....	69
Tabla 15. Gastos de puesta en marcha.....	70
Tabla 16. Cálculo inicial de inversiones.....	71
Tabla 17. Gastos administrativos.....	72
Tabla 18. Cálculo de la nómina empresarial.....	74
Tabla 19. Gastos de venta, promoción y comunicación a 5 años.....	76
Tabla 20. Costos fijos estimados a 5 años.....	77
Tabla 21. Definición de líneas comerciales.....	77
Tabla 22. Cálculo del margen de contribución ponderado.....	79
Tabla 23. Margen de contribución ponderado total y Punto de equilibrio ponderado total.	80
Tabla 24. Consolidados y supuestos de punto de equilibrio.....	80
Tabla 25. Punto de equilibrio mensual y anual en unidades.....	80
Tabla 26. Análisis de supuestos económicos.....	81
Tabla 27. Balance general.....	84
Tabla 28. Estados de resultado.....	85
Tabla 29. Flujo de caja proyectado.....	86
Tabla 30. Criterios económicos y financieros de decisión.....	87

Lista de Figuras

Figura 1. Canal previsto de comercialización	51
Figura 2. Flujograma	53
Figura 3. Ficha técnica del producto (línea comercial 1: entradas).....	54
Figura 4. Ficha técnica del producto (línea comercial 2: platos fuertes).....	56
Figura 5. Ficha técnica del producto (línea comercial 3: jugos naturales y granizados).....	60
Figura 6. Ficha técnica del producto (línea comercial 4: cocteles)	63
Figura 7. Ficha técnica del producto (línea comercial 5: bebidas).....	64
Figura 8. Macro localización empresarial.....	66
Figura 9. Micro localización empresarial	67



Lista de anexos

Anexo 1. Encuesta de reconocimiento (Restaurante museo tradición).....	93
--	----

Resumen ejecutivo

La propuesta de este presente proyecto es el montaje y creación de un restaurante típico de la costa caribe que busca diferenciarse de los demás en la ciudad, tanto en el servicio, en la calidad, como en las distintas ofertas gastronómicas que ofrecerá. Esta idea de negocio surgió debido a que la ciudad de santa marta no existe un restaurante que ofreciera o que hiciera honor a la gastronomía local de manera específica como modelo de negocio, la industria restaurantera tiene alta competencia en el mercado, por esa razón es importante innovar para así satisfacer a los consumidores. Como restaurante el proceso comercial se verá obligado a actualizar tanto como en productos como en procesos su vez implementar a la tecnología, buscando ofrecer elementos realmente innovadores y diferenciadores para apuntarle a un muy buen posicionamiento futuro; la investigación será de naturaleza no experimental y el modelo de tratamiento de datos abordará un esquema de reconocimiento mixto.

Palabras Claves: Gastronomía local, plan de negocio, Restaurante Museo Tradición, Diversificación gastronómica.

Abstract

The proposal of this present project is the assembly and creation of a typical restaurant of the Caribbean coast that seeks to differentiate itself from others in the city, both in service, quality, and in the different gastronomic offers that it will offer. This business idea arose because the city of Santa Marta does not have a restaurant that specifically offered or honored local gastronomy as a business model, the restaurant industry has high competition in the market, for that reason it is important innovate to satisfy consumers. As a restaurant, the commercial process will be forced to update both products and processes, and in turn implement technology, seeking to offer truly innovative and differentiating elements to aim for a very good future positioning; The research will be of a non-experimental nature and the data processing model will address a mixed recognition scheme.

Keywords: Local gastronomy, business plan, Tradition Museum Restaurant, gastronomic diversification.

Introducción

En la actualidad, la ciudad de Santa Marta cuenta con una amplia gama de opciones gastronómicas que les permiten a locales, nacionales y extranjeros, deleitarse con esta variada oferta. La mayoría de las opciones ofrecidas son inspiradas de otras partes del mundo, esto ha generado que la gastronomía local sufra un retroceso en su crecimiento, debido a lo poco que se puede llegar a conocer entre los futuros clientes.

Dentro de la ciudad son muy pocos los restaurantes que cuentan con una amplia gama de platillos autónomos, es decir, la parte tradicional de los menús ha perdido fuerza y, por lo tanto, los chefs y dueños de restaurantes, recurren a implementar nuevas recetas y platillos dentro de los menús, para mantenerse a la vanguardia y que su negocio pueda seguir atrayendo clientes. Pero, ¿Por qué no explotar la cultura gastronómica local y darles la opción a las personas de conocer y deleitarse de la misma?

Con lo dicho anteriormente, se puede observar la poca apreciación que se percibe hacia la cultura gastronómica local, de esta manera, se comprueba que es difícil encontrar un restaurante que ofrezca toda una experiencia a través de la misma, pues esta más que comprobado que un buen restaurante, ofrece toda una experiencia a través de cada platillo.

“Cabe resaltar que la ciudad de Santa Marta muestra un desarrollo creciente en cuanto al turismo, en el último año, arribaron a la ciudad 3 millones de turistas con ganas de conocer y llenarse con nuestra historia” (Caracol.com.co, 2022). Esto ofrece la oportunidad de crear algo que ofrezca una experiencia gastronómica significativa para cada uno de los futuros clientes. El tomar algo que hace falta “explotar” más y convertirlo en nuestra ventaja, se convierte en una necesidad real, pues es sabido que en la ciudad se

cuenta con muy pocos restaurantes que ofrezcan una variedad gastronómica local que satisfaga las necesidades de los comensales y otorgue una experiencia a través de cada platillo.

Por esta razón, la idea de un restaurante con un enfoque totalmente tradicional pero que no deje de estar a la vanguardia, se hace atractiva no solamente para sus creadores, sino también para todo aquel que se le presenta esta idea de negocio.

En el presente proyecto se analiza el componente comercial por medio del cual se podrá observar la oferta y la demanda sectorial partiendo de un reconocimiento competitivo y de generación de valor por medio de las distintas estrategias de marketing. Del mismo modo se analiza el componente técnico operativo en donde se esquematiza los procesos operativos, los requerimientos estructurales y los recursos disponibles para el desarrollo de la propuesta. Finalmente existe un análisis económico financiero que permite al análisis de la viabilidad y factibilidad del plan de negocio, donde se podrá evidenciar la potencialidad del mismo.

Justificación

El Restaurante Museo Tradición, cuenta con un enfoque gastronómico totalmente tradicional, pero sin dejar de estar a la vanguardia en todo momento. La idea parte de la necesidad de poder encontrar todos estos platillos que regresarán a los orígenes o contar la historia a través de los mismos, todo en un solo lugar. Museo Tradición lo ofrecerá todo en un solo lugar, aparte de esto, el enfoque no estará solo en vender nuestra cultura, sino que se busca resaltar y contar nuestra historia a través de hasta el más mínimo detalle del restaurante.

Justificación de la situación metodológica

El presente trabajo como justificación metodológica, tiene como principal característica, el demostrar por medio del plan de negocios planteado, que tan factible o fiable es esta idea de negocio, esto con el apoyo de herramientas primarias de información (encuestas), permitiendo conocer los gustos y las necesidades de los consumidores y futuros clientes.

Justificación de la situación practica

El presente trabajo está enfocado en adquirir el conocimiento necesario para poner en marcha la idea de negocio del RESTAURANTE MUSEO TRADICIÓN, conocer cuáles son las condiciones en las que se encuentra el mercado actual, cuáles serán futuros clientes, que tal factible saldrá la idea de negocio, todo esto teniendo en cuenta el uso de herramientas que apoyaran su fiabilidad, desde la perspectiva técnica, partiendo con la base de una estimación real del mercado de cobertura.

Justificación de la situación social

El Restaurante Museo Tradición, aparte de dar a conocer la cultura costeña a través de cada platillo consumido, busca ofrecer un servicio que sea amigable con el medio ambiente. Se planea a futuro utilizar productos como la hoja de bambú, los tenedores y utensilios necesarios para que los clientes puedan degustar de manera óptima los platillos, hechos del mismo material, colaborando con ello a la conservación y con el cuidado del medio ambiente.

Antecedentes

Acerca de los antecedentes asociados a la investigación de este proyecto *“son todos aquellos trabajos de investigación que preceden al que se está realizando, pero que además guarda mucha relación con los objetivos del estudio que se aborda”* (celee.uao.edu.co, 2021). Dichos trabajos investigativos deben estar relacionados estrechamente entre sí dando cumplimiento a los objetivos que en estos se tiene.

Según estudios realizados en torno a la creación de un plan de negocio desarrollados por investigadores de la Institución Universitaria los Libertadores, en la Ciudad de Bogotá. Titulado proyecto creación restaurante comida caribeña, Como resultado se obtuvo *“la intención de establecer un nuevo restaurante en la Ciudad de Bogotá en el Sector de Toberin, esto permitió prospectar el negocio en sus aspectos legales, operativos y financieros cuyo resultado es precisamente la creación del restaurante como un negocio completamente viable. Además, la alta cocina en Colombia está viviendo una transformación sin precedentes. La industria gastronómica colombiana se encuentra en un momento excepcional de posicionamiento y renovación”* (Clavijo y Chavez, 2015).

Otra obra encontrada fue la desarrollada por investigadore de la universidad de sucre, en Sincelejo. Titulada Restaurante temático Gourmet Tradicional, en donde se lleva a cabo, *“el estudio e investigación de mercado, las potencialidades del mercado local, la competencia y los procesos internos de la organización (estudio financiero, técnico y organizacional). Al mismo tiempo la dinámica económica actual vive un momento de prosperidad y desarrollo en la ciudad de Sincelejo, lo que incluye la llegada de nuevos centros comerciales, ofertas de súper mercados y nuevos restaurantes, especialmente*



franquicias reconocidas configuran un ambiente oportuno y favorable para incursionar con propuestas innovadoras en el ámbito gastronómico de la ciudad, de esta manera se ve un alto potencial para el desarrollo y crecimiento de la idea de negocio, ya que suma los elementos culturales y experiencias vivenciales con la nueva tendencia de la comida Gourmet y Tradicional en un ambiente temático implementado en nuestro mercado local, igualmente el proyecto presenta una oportunidad magnífica para la conservación, recreación y presentación de nuevos platos tradicionales con un toque gourmet, para así lograr arte en el servicio al cliente y en el campo cultural, haciendo de Balay Bull un sitio de impacto social dado que el diseño e interiorismo de la planta evocan la riqueza cultural e histórica-tradicional de la identidad sabanera y el disfrute del buen comer a través de un amplio portafolio de productos” (Castillo y Henao, 2016).

Investigadores de la universidad de Nariño, llevaron a cabo una investigación. Titulada Estudio para la creación de un restaurante de comida típica denominado Vive Nariño en la ciudad de san juan de pasto, donde se logró “*Conocer la viabilidad de la creación de un restaurante de comida típica del Departamento de Nariño, denominado Vive Nariño, en la ciudad de San Juan de Pasto, dirigido al segmento de mercado conformado por hombres y mujeres en edades de los 40 y 69 años, de estratos 2 y 3, que tienen preferencia por la comida regional. En vive Nariño se pretende brindar un servicio personalizado, además de ofrecer variedad de platos típicos de alta calidad, con alimentos equilibrados y nutritivos, cuyo valor diferencial será la posibilidad de conocer y disfrutar la cultura nariñense en todas sus expresiones a través de la danza, la música, el arte, el humor. Para ello se realizó una investigación dirigida al mercado objetivo que permita*



determinar su caracterización, preferencias, las necesidades insatisfechas, la competencia, que permitan orientar la probabilidad de la puesta en marcha de la idea de negocio” (Bravo, Burbano, Hoyos y Pinchao, 2019).

Investigadores de la universidad francisco de paula Santander Ocaña, realizaron una investigación titulada. Creación de un Restaurante de Comida Típica de la costa en la Ciudad de Ocaña, obteniendo los siguientes resultados, *“De acuerdo al estudio de mercados se logró determinar la oferta y la demanda, además fue posible determinar un 88% de aceptación del restaurante sabor Caribe en la ciudad de Ocaña En el estudio técnico del proyecto se realizó la identificación de los materiales y equipos necesarios para el correcto funcionamiento del establecimiento, así como también los insumos necesarios para la producción de los diferentes productos a ofertar. Mediante el estudio administrativo se diseñó la estructura administrativa, logrando definir la misión, visión, principios, valores, organigrama, manual de funciones, y reglamento interno. A través de la evaluación financiera practicada a este proyecto, se define que es un proyecto atractivo para invertir debido a que el restaurante Sabor Caribe recuperará la inversión en un 13.3%. El impacto social de la empresa será positivo ya que ofrece grandes aportes al desarrollo local y regional, mediante la generación de empleo. El impacto ambiental será reducido siempre y cuando se realice un adecuado manejo de los desechos”* (Angarita y Velasquez , 2016).

A nivel internacional un estudio realizado por estudiante de la universidad de las Américas. Investigación titulada. Plan de negocios para la creación de un restaurante de comida internacional de primera categoría, ubicado en el centro histórico de Latacunga –



Ecuador, obteniendo como resultado lo siguiente, *“se ejecutó la planeación estratégica que abarca la parte organizacional del restaurante, determinando la naturaleza del negocio, misión, visión, objetivos, estructura organizacional y demás. Posterior, se llevó a cabo el plan de marketing, en el cual se efectuó una encuesta estructurada para obtener información sobre los perfiles de los clientes. Así mismo, se procedió con el plan operativo en el cual habla del enfoque y decisión de producción, como también de los procesos de servicio mediante un blueprint y diagrama de flujo de operaciones. Por último, la realización de la evaluación financiera que está constituida por diferentes balances, proyecciones, flujos e índices que posterior a su desarrollo, dieron como resultado la viabilidad y rentabilidad favorable para el proyecto”* (Samaniego, 2019).

Planteamiento del problema

La ciudad de Santa Marta es uno de los destinos turísticos más atractivos de Colombia, ya sea por su cultura, por sus sitios turísticos o por su gastronomía, esta última es uno de los factores más y más atractivos de la ciudad, y es que no por nada la gastronomía local y regional de la misma es una de las más atractivas del mundo, en cada platillo, postre y bebida hay una historia. *“La gastronomía de la región Caribe es una combinación de texturas, alimentos, ingredientes y productos culinarios heredados de la cultura indígena nativa, africana, árabe y española”* (institucionalcolombia.com, 2022). Una de las problemáticas comerciales más resonantes es el hecho que no se cuenta con una estructura de oferta consolidada a nivel de restaurantes con una orientación específica hacia la gastronomía especialmente local, y ello, representa una oportunidad real de desarrollo empresarial.

Tomando en cuenta lo anterior, en consideración se expone la presente idea de negocio, la cual responde al diseño del plan de negocio para el montaje y creación del restaurante museo tradición en la ciudad de santa marta, que nace a partir de la necesidad que sentían los habitantes de la ciudad de santa marta, al percibir que la cultura gastronómica de la misma se estaba perdiendo, este restaurante, tiene un enfoque único y exclusivo que busca mantener la tradición gastronómica de la costa caribe con vida. En la actualidad la ciudad de Santa Marta no cuenta con un modelo de negocio gastronómico fundamentado a partir de la tradición, por lo cual se utilizará esta problemática o necesidad, para asegurar la viabilidad del proyecto presentado.

Formulación del problema

En referencia a lo anterior se plasma una pregunta de investigación, la cual apunta al cumplimiento principal del problema:

¿Resulta viable la formulación de un plan de negocios para la creación de un proyecto gastronómico con un enfoque totalmente tradicional especializado en comida típica local, dentro de la ciudad de Santa Marta?

Sistematización del problema

Basado en lo anterior se generan cuestionamientos a los cuales se les debe dar respuesta:

¿Se debe Realizar un estudio de mercado que permita observar la oferta y la demanda sectorial partiendo de un reconocimiento competitivo y de generación de valor por medio de las distintas estrategias de marketing?

¿Se debe Elaborar un estudio técnico para establecer cuáles son los procesos operativos y los requerimientos estructurales para el desarrollo de la propuesta a futuro?

¿Debe Elaborarse un estudio financiero que nos permita conocer de manera detallada la inversión para la ejecución del proyecto, además de los costos y beneficios?

Objetivos del proyecto

Objetivo general

Diseñar el plan de negocios para el montaje y creación del restaurante museo tradición, especializado en comida típica local, en la ciudad de Santa Marta, Magdalena.

Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado que permita observar la oferta y la demanda sectorial partiendo de un reconocimiento competitivo y de generación de valor por medio de las distintas estrategias de marketing.
- Elaborar un estudio técnico para establecer cuáles son los procesos operativos y los requerimientos estructurales para el desarrollo de la propuesta a futuro.
- Elaborar un estudio financiero que nos permita conocer de manera detallada la inversión para la ejecución del proyecto, además de los costos y beneficios.

Descripción del negocio

El proyecto presentado, pertenece al sector gastronómico en Colombia, el cual según el informe del “*Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Durante, el sector hotelero y gastronómico aportaron al PIB del país \$9,1 billones, esto representa el 4% del PIB anual*” (Mincit.gov.co, 2021). Esto da a entender que no es un sector pequeño y que su potencialidad es real, por esta razón, la pertinencia de su introducción.

El restaurante museo tradición es creado para ofrecer una variedad de productos que le harán vivir una experiencia única a cada uno de los comensales, esto se reflejara en cada detalle del negocio (precio, relación con el cliente, relación con los trabajadores, relación con los proveedores y una buena cultura organizacional) para así crear un vínculo con los mismos. Dentro del establecimiento se busca ofrecer una variedad de platillos y bebidas relacionados con el concepto que se le busca dar al proyecto, lo que nos llevara a ofrecerle al consumidor un servicio óptimo y económico dentro de la ciudad de Santa Marta.

Productos o Servicios a Ofrecer

Museo Tradición busca ofrecerle una variedad de platillos que representen la cultura gastronómica local, lo que les permitirá a los comensales deleitarse de platillos, bebidas y postres que otorgaran una experiencia única en sabores. La oferta de los productos es variada y le ofrecerá al cliente tener la opción de elegir entre platillos o bebidas que suplan su necesidad:

- Servicio de restaurante (entradas)
- Servicio de bar (Bebidas alcohólicas, cervezas y cocteles)
- Celebraciones (cumpleaños, almuerzos empresariales, etc.)

- Variedad de bebidas (jugos naturales y gaseosas)
- Variedad de platillos fuertes regionales y autóctonos

El local comercial contará con instalaciones que nos permitan ofrecer los servicios mencionados anteriormente, lo que brindará comodidad y dará la sensación de estar en paz y al mismo tiempo diversión durante la estancia en el local.

Propuesta de Valor

Idea: Restaurante con un enfoque gastronómico tradicional-local.

Nombre: Restaurante Museo Tradición.

Ubicado en la zona céntrica de la ciudad, una de las zonas con más movilidad en la misma, se encontrará ubicado el Restaurante Museo Tradición, el cual busca ofrecer un servicio gastronómico que transportara a locales, nacionales y extranjeros, a aquellos tiempos en donde los ancestros crearon dichas recetas, el vivir una experiencia única dentro del local, es uno de los objetivos principales que se busca cumplir con todos y cada uno de los futuros clientes. Estas propuestas acogen una estructura accesible en precios y planes, lo cual permitirá brindar un servicio que cumple las expectativas de calidad-precio a los clientes, lo que otorga el beneficio de crear una relación con los consumidores y hacer de esta una fidelización. El poder conocer, disfrutar, aprender y degustar de platillos y bebidas según sea el caso, hace del Restaurante Museo Tradición un atractivo gastronómico para todo aquel que conozca la propuesta.

Además, el restaurante museo tradición contara con los siguientes ítems:

- Música tradicional de la costa caribe, en vivo.
- Ambientación del lugar con un enfoque histórico.

- Personal con un conocimiento amplio en la historia local y de cada uno de los platillos, para que de esta manera pueda ser explicado a los comensales y aclarar cualquier duda e inquietud que tengan.

Infraestructura Técnica y Operativa Requerida

Para el presente plan de negocio se requiere contar con los recursos físicos para el local comercial, los recursos para cada operación, un software operativo de apoyo y cada insumo técnico con su respectivo valor estimado para poder tener una cifra de exactitud para la inversión total de los insumos técnicos del plan de negocio del restaurante museo tradición.

Infraestructura técnica

A continuación, se muestran las necesidades en recursos técnicos para el desarrollo de la actividad operativa.

Tabla 1.

Infraestructura técnica requerida

Infraestructura técnica requerida		
Concepto	Insumo técnico	Valor estimado total
Recursos físicos para el local comercial	Televisor	\$ 1.200.000,00
	Computador	\$ 1.200.000,00
	Silla ofimática	\$ 120.000,00
	Mesas	\$ 1.680.000,00
	Sillas	\$ 3.360.000,00
	Juego de platos	\$ 1.920.000,00
	Juego de cubiertos	\$ 1.040.000,00
	Juego de vasos	\$ 560.000,00
	Adecuación del local físico	\$ 1.000.000,00

Infraestructura técnica requerida		
Concepto	Insumo técnico	Valor estimado total
Recursos para operación	Mesa integral de trabajo	\$ 1.200.000,00
	Estufa industrial	\$ 4.200.000,00
	Nevera	\$ 2.800.000,00
	Licuadoras	\$ 880.000,00
	Horno micro ondas	\$ 700.000,00
	Máquina picadora	\$ 210.000,00
	Pinzas de trabajo	\$ 200.000,00
	Escurreidora	\$ 70.000,00
	Tablas para picar	\$ 200.000,00
	Juego integral de ollas	\$ 1.110.000,00
	Juego integral de sartenes	\$ 1.040.000,00
	Materiales para corte	\$ 480.000,00
Software operativo	FUDO	\$ 900.000,00
Inversión total en insumos técnicos		\$ 26.070.000,00

Fuente: elaboración propia, con base en cotizaciones comerciales

Planta de personal

A nivel de personal, se espera contar con el siguiente personal de apoyo buscando cumplir con toda la operatividad prevista, tanto en la parte operativa como en las actividades de administración, gestión contable y de apoyo a nivel comercial, publicitario.

Tabla 2.

Personal requerido

	CARGO	TIPO DE CONTRATO	Salario devengado por el empleado	Salario total a pagar (SD + CL + PS + PRF)
Personal operativo	Administrador	Indefinido	\$ 1.817.000	\$ 2.625.615,76
	Cocinera No.1	Fijo	\$ 1.317.000	\$ 1.893.549,26
	Cocinera No. 2	Fijo	\$ 1.317.000	\$ 1.893.549,26
	Auxiliar de cocina	Fijo	\$ 1.117.000	\$ 1.600.722,66
	Mesera No. 1	Prestación de servicio	\$ 700.000	\$ 700.000,00
	Mesera No. 2	Prestación de servicio	\$ 700.000	\$ 700.000,00
	Contador outsourcing	Prestación de servicio	\$ 500.000	\$ 500.000,00

Fuente: Elaboración por autoras

Nota: Se muestra todo el personal requerido para la prestación del servicio.

Metodología de la investigación

Toda investigación tiene su fundamento en la metodología de la investigación, definiendo las herramientas, instrumentos, estrategias y técnicas, las cuales serán el apoyo fundamental del proyecto, esta *“responde a la pregunta de cómo se realizan las etapas del proceso investigativo correspondientes a la recogida, análisis e interpretación de datos; es preciso visualizarlo, de forma más amplia, como estrategia teórico-metodológica de la investigación”* (investigaliacr.com, 2021).

Además, *“diseñar la metodología significa especificar los detalles y procedimientos acerca de cómo se realizará la recolección de datos de las fases subsiguientes, a fin de lograr en forma precisa el objetivo de la investigación”*

(markainvestigacion.wordpress.com, 2019). Estas consideraciones teóricas soportan los procesos de adecuación metodológica y permiten un sólido sustento para la formulación de escenarios de intervención.

Tipo de la investigación

La presente investigación es de tipo descriptiva, en la cual *“simplemente describen la frecuencia de una exposición o resultado en una población definida”* (Bernal, 2010).

Con el fin de recolectar toda la información necesaria de cómo está el sector gastronómico y así poder implementar nuestro plan de negocio antes mencionado.

Enfoque de la investigación

Para el desarrollo del tema de investigación de este proyecto se enfocará de una forma coherente hacia una metodología de enfoque mixto. Estos *“métodos mixtos son la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el*

fin de obtener una fotografía más completa del fenómeno” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

Herramientas de Investigación

En este proyecto de investigación se utilizarán fuentes tradicionales como herramientas de apoyo. En estas fuentes expresan la información necesaria para el soporte de la investigación, en las *“fuentes primarias las cuales se enfocará a la técnica de recolección de información en sitio, con los actores involucrados y Secundarias donde su soporte sería páginas web, publicaciones, tesis, informes, revistas entre otros”* (Del Cid, Méndez, & Sandoval, 2011).

Análisis y Tratamiento de datos

Fuentes de la Información

Le dan un soporte a la investigación, *“Son producto de una investigación o de una actividad eminentemente creativa, son las que contienen información primaria, sintetizada y reorganizada, están especialmente diseñadas para facilitar y maximizar el acceso a las fuentes primarias o a sus contenidos”* (biblioteca.udgvirtual.udg.mx, 2021).

Técnicas de recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos se pueden definir *“como el conjunto de procedimientos y métodos que se utilizan durante el proceso de investigación, con el propósito de conseguir la información pertinente a los objetivos formulados en una investigación”* (Arias, 2012). Basados en la exigencia de hallar una solución a la

problemática planteada, construyendo un camino para dar respuesta a este y permitiendo alcanzar los objetivos de esta investigación.

Instrumentos de recolección de datos

Como medio de recopilación y almacenamiento de la información, los instrumentos de recolección de datos, *“pretende obtener respuesta al estudio, los cuales aparecen en forma de preguntas, es decir, de características a observar y así se elaborarán una serie de instrumentos que serán los que, en realidad, requiere la investigación u objeto de estudio”* (investigaliacr.com, 2021). Como lo son: el cuestionario, entrevistas, encuestas entre otras herramientas construirán datos de la realidad para luego ser procesados.

Para el presente proyecto, se diseña el modelo de encuesta comercial a aplicar, según la orientación técnica de la propuesta.

Población y Muestra

Con respecto a la población es *“el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”* (Hernández, Fernández, & Baptista, 2017). Sin embargo, también se puede decir que esta es *“un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para las cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación”* (Arias, 2012).

“Según los datos publicados por el INE a 1 de enero de 2021 el número de habitantes en Santa Marta es de 496.094” (foro-ciudad.com, 2021). Para esta investigación el objeto de estudio de la población es considerada infinita por superar los 10.000 elementos de reconocimiento primario. Para calcular el tamaño de la muestra, se estimará una proporción cuando no se tiene conocimiento del tamaño de la población N.

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Nivel de confianza (Z) = (95%) * 1.96

Probabilidad de ocurrencia (P) = 0.5

Probabilidad de no ocurrencia (Q) = 0.5

Grado de error $(e)^2 = (0,05)^2$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2} = \frac{9604}{25} = \mathbf{384,16 \text{ personas}}$$

Ya obtenido el resultado de la muestra, 384,16 personas a las cuales se les aplicara la encuesta.

Estudio de mercado

Análisis del sector

En Colombia el sector gastronómico es uno de los que más fuerza ha tomado desde sus inicios, uno de los sectores donde más empleo se genera y, además, este es uno de los más influyentes dentro del PIB anual del país. No se tiene conocimiento acerca de cuál fue el primer restaurante que abrió sus puertas en nuestro país, lo que sí se sabe es que la historia de los restaurantes, no solo de Colombia sino de todo el mundo.

Todo comenzó como un negocio informal, *“Se considera a Dossier Boulanger el primer cocinero que tuvo la idea de convertir su local situado en la Rue Des Poulies de París en un restaurante. Boulanger, hombre que pasó de servir caldos reconstituyentes a tener varios platos en su carta, colgó un cartel en latín que decía “veinte ad me omnes qui stomacho laboratis et ego restaurabo vos””* (Vázquez, 2018).

Cabe recalcar que, dentro del sector gastronómico, el nivel de informalidad que se maneja suele estar por encima de los locales gastronómicos legalmente formados.

Sector gastronómico en el panorama nacional

“Colombia es un país, como muchos otros en Latinoamérica, lleno de una rica historia, multiculturalidad y migraciones” (superprof.co, 2021). La historia de su gastronomía nace a partir de un choque cultural dado en los inicios de las invasiones españolas al país. *“españoles y africanos se juntaron a los indígenas locales y fue este choque cultural que el que mayormente influyó la Colombia que hoy conocemos”* (superprof.co, 2021). Permitiendo el nacimiento de platillos únicos originales de nuestro país.

El sector gastronómico siempre ha ido de la mano del sector turístico, esto debido a la llegada masiva de turistas a las distintas ciudades el país, lo que le permite a la industria gastronómica mostrarse tal y como es, pero esto tuvo consecuencias muy graves dentro de ambos sectores, ya que *“durante la crisis por el Covid-19, al menos 22.000 restaurantes cerraron sus puertas definitivamente, esto causo un declive del 44% en la economía de dicho sector”* (Rincón, 2020).

“Según Acodres, en el país hay aproximadamente 167.000 establecimientos gastronómicos registrados” (Quebedo, 2021). Estos han tenido que reinventarse a lo del último año debido a todos los cambios registrados por la pandemia, se sabe que las pérdidas fueron millonarias, pero, aun así, *“En el año 2021 el sector gastronómico tuvo una participación del 4% dentro del PIB del país”* (Mincit.gov.co, 2021). Esto revela, que la fuerza que maneja este sector en la economía del país, lo hace uno de los sectores más viables y factibles para la puesta en marcha de un restaurante.

Sector gastronómico en el panorama internacional

Durante inicios del 2019 el mundo contaba con una fuerza enorme dentro del sector gastronómico, al contar con 80.000 repartidos a lo largo de todo el mundo, con esto se puede identificar como uno de los sectores económicos que más influye en la economía mundial. Debido a la crisis causada por la pandemia, la industria restaurantera del mundo perdió fuerza, esto debido a que la nueva realidad no les permitía seguir operando como normalmente se hacía.

Esta tendencia siguió repitiéndose en gran parte del año 2021, con la reactivación económica mundial, se formularon estrategias que le permitirían a los dueños de los

restaurantes, re abrir sus puerta y seguir ofreciendo servicios, estrategias como el uso del espacio público para la reactivación, el aforo limitado de personas dentro del restaurantes, teniendo en cuenta las ventas que serían necesarias para una recuperación y la puesta en marcha de herramientas tecnológicas que permitirían seguir adelante en la reactivación económica del sector.

Análisis del cliente

Teniendo en cuenta la información que se ha relacionado a lo largo del proyecto, se mostraran los criterios estructurales que permitirán definir el perfil del mercado disponible, potencial y objetivo, a los cuales se les buscara dar cobertura desde la puesta en marcha del proyecto.

Mercado disponible

Para nadie es un secreto que la ciudad de Santa Marta es uno de los destinos turísticos más atractivos de Colombia, *“En la actualidad la ciudad cuenta con 499.192 habitantes, estas cifras fueron establecidas por el DANE”* (foro-ciudad.com, 2021). Sin contar que *“Anualmente arriban a la ciudad cerca de 220.000 turistas, entre nacionales y extranjeros”* (Citur.gov.co, 2021). Estas cifras respaldan el posicionamiento como ciudad y convierte al sector gastronómico de Santa Marta en uno de los que más dinero genera a la economía local, esto debido a la alta demanda de hacia los restaurantes.

Por lo tanto, Restaurante Museo Tradición busca brindarle a turistas y locales una experiencia gastronomía única, que les permita conocer y degustar los platillos, lo que hace de esto un proyecto viable para quien lo conozca.

Mercado objetivo

Siendo el sector gastronómico uno de los que más genera empleos y dinero dentro del país, se establecerán distintos tipos de clientes, esto teniendo en cuenta sus edades, su nivel sociocultural y nivel económico.

Cabe aclarar, que el ir a cenar o a degustar platillos a un restaurante, la inversión no es muy costosa para los clientes, aun así, se busca establecer precios que sean accesibles para las personas que estén entre un estrato económico que vaya del 3 en adelante.

Se busca enfocarse en un público más joven, ya que son estos mismos los que durante los fines de semana, buscan degustar algo rico y que les haga vivir una experiencia gastronómica única, por lo que se aprovecharan este tipo de oportunidades con los futuros clientes, para generar un crecimiento en el negocio, ser una marca establecida y reconocida por locales y turistas.

Segmento de mercado

El sector gastronómico es uno de los sectores al que personas de cualquier edad puedes asistir, esto debido al amplio portafolio de restaurantes que se encuentran en la ciudad, esto según la Cámara De Comercio Santa Marta lo hace uno de los sectores más atractivos dentro de la ciudad. Por lo cual se busca establecerse con un público un poco más joven, con ganas de conocer sus raíces y en el caso de los extranjeros, conocer la historia gastronómica de la ciudad a la cual arribaron o por otra parte vivir una experiencia única con la familia, ya que fuera de ser un restaurante que cuenta con servicio de bar, se busca suplir todas las necesidades de los futuros comensales, una de estas es encontrar un lugar en el que se pueda disfrutar de platillos y bebidas exquisitas con la compañía que desees.

Mercado potencial

Personas que no pertenezcan a los grupos poblacionales mencionados anteriormente, pero que cumplan con los rasgos sociodemográficos y económicos y que aparte de esto, se encuentra ubicados en la ciudad de Santa Marta, para que su acceso a los servicios sea mucho más fácil y de esta manera crear una relación con los clientes potenciales y fidelizarlos.

Análisis de la competencia

En la ciudad de Santa Marta se encuentran algunas empresas que pueden ser una competencia directa en función de la gran variedad de platos que ofrecen, dentro del análisis de la competencia se observan los locales que potencialmente se pueden convertir en competencia directa del Restaurante Museo Tradición.

Tabla 3.

Análisis del mercado competitivo

Nombre de la Marca	Portafolio de Productos	Ubicación	Precios Estimados
MIL CARNES	Churrasquería, Mariscos, caribeña, colombiana, española, Sudamericana	Calle 22 # 13A-10, Santa Marta -Magdalena	Platillos con precios entre 14.000 a 45.000
EL GRAN CHAPARRAL	Churrasquería, Mariscos, caribeña, colombiana	Cra. 12 # 17B-04, Santa Marta – Magdalena	Platillos con precios entre los 18.000 a 60.000

Nombre de la Marca	Portafolio de Productos	Ubicación	Precios Estimados
DONDE OCTAVIO	Asados, Churrasquería, Mariscos, caribeña, colombiana, española, Sudamericana	Carrera 21 # 12- 04, Santa Marta, Magdalena	Platillos con precios entre los 13.000 a 42.000
MANE CAYON	Comida Caribeña, Latina, Marisco, colombiana	Cra. 1a #26-37, Santa Marta, Magdalena	38.000-92.200 precio estimado por persona

Fuente: Elaboración por autoras

Nota: Dentro del sector gastronómico existen varias empresas las cuales son competencias y luchan por ser las mejores.

Estrategias de mercado

Sabiendo la importancia de estas, se plantea utilizar *“Las 4 P’s del marketing son la fórmula base y esencial para programar una buena estrategia de marketing. Se puede decir que estos cuatro elementos son el núcleo de esta técnica, y estaría formada por los siguientes términos: Producto, precio, plaza comercial y promoción”* (Economipedia.com, 2017). Siendo estas los cuatro elementos que, según Jerome, M. (1960) definieron el concepto de mercadeo. Esta estrategia ayuda a comprender el comportamiento del marketing.

Producto – Servicio

Descripción del servicio a ofrecer

Nombre: Restaurante Museo Tradición

Servicios a ofrecer:

- Servicio de restaurante (entradas)
- Servicio de bar (Bebidas alcohólicas, cervezas y cocteles)
 - Mojito
 - Piña colada
 - Margarita
 - Daiquiri
 - Cerveza corona
 - Cerveza Stella Artois
 - Cerveza Budweiser
 - Cervezas nacionales (Águila y Club Colombia)
- Celebraciones (cumpleaños, almuerzos empresariales, etc.)
- Variedad de bebidas (jugos naturales y gaseosas)
 - Jugo de mora
 - Jugo de lulo
 - Jugo de maracuyá
 - Limonada de coco
 - Limonada natural
 - Cerezada
 - Gaseosa Postobón (productos de marca Postobón)
 - Gaseosa Coca Cola
 - Agua
- Variedad de platillos fuertes regionales y autóctonos

- Mojarra frita acompañada de arroz de coco, patacones y ensalada
- Mojarra frita acompañada de arroz de coco, patacones y ensalada
- Arroz del mar
- Rollos de carne acompañados de puré y ensalada de la casa
- Pasta costa brava
- Pastas del mar

El Restaurante Museo Tradición, busca ofrecer un servicio gastronómico que le permita a los comensales sentirse a gusto por todo aquello que pagaran, además, busca brindar una experiencia única y llena de historia, que ayudara a establecer el negocio como uno de esos pocos que cuenta una historia a través de cada platillo. Se brindará buscar comodidad y libertad a los clientes, para que de esta manera se cree una voz a voz que permita la llegada de clientes potenciales al local. Se busca ofrecer un servicio de música en vivo que alegre el ambiente mientras se disfruta de los platillos y además ofrecer una atención al cliente que lo haga sentirse como en casa cada que entre al local.

Precio

A continuación, *“se describirán los precios de cada línea y sus respectivos productos, partiendo de una previsión de costos totales por cada línea de productos. Del análisis de esta política de precios, se lleva a cabo el análisis del punto de equilibrio, ítem fundamental y prioritario para el estudio económico – financiero de la propuesta”* (Angarita y Velasquez , 2016).

Tabla 4.

Tablas de Costeo (Caracterización de costeo para insumos alimentarios)

Insumos Alimentarios	ITCP	UM	PCP
PLATANOS	5	Unidades	\$ 6.500
ACEITE	2500	Mililitros	\$ 9.500
LECHE (6 bolsas x 900 ml)	5400	Mililitros	\$ 16.500
CREMA DE LECHE	200	Gramos	\$ 4.500
QUESO COSTEÑO	1500	Gramos	\$ 14.600
MASA A BASE DE MAIZ	450	Gramos	\$ 3.700
CARNE MOLIDA	2000	Gramos	\$ 17.000
PECHUGA DE POLLO	700	Gramos	\$ 14.800
TOMATE	500	Gramos	\$ 2.100
CEBOLLA ROJA	500	Gramos	\$ 2.700
ESPECIAS INTEGRALES	20	Unidades	\$ 8.000
SUERO COSTEÑO	250	Gramos	\$ 4.100
MOJARRA	7	Unidades	\$ 77.000
PARGO	7	Unidades	\$ 101.500
LECHUGA	200	Gramos	\$ 3.700
ZANAHORIA	500	Gramos	\$ 2.100
ARROZ	2500	Gramos	\$ 9.600
LECHE DE COCO	500	Mililitros	\$ 5.800
PULPO	1000	Gramos	\$ 35.000
CALAMAR	1000	Gramos	\$ 27.000
CAMARON	1000	Gramos	\$ 32.000
PIMENTON ROJO	200	Gramos	\$ 2.900
MEJILLONES	1000	Gramos	\$ 21.000
QUESO MOZARELA	20	Unidades	\$ 7.600
SALCHICHA RANCHERA	20	Unidades	\$ 9.200
PAPA	1000	Gramos	\$ 9.000
MANTEQUILLA	500	Gramos	\$ 6.400
TOMATES CHERRY	500	Gramos	\$ 4.100
SALSA BBQ	400	Gramos	\$ 5.900
PASTAS FETUCCINNI	80	Gramos	\$ 3.100
TOCINETA	7	Unidades	\$ 3.800
QUESO PARMESANO	40	Gramos	\$ 4.200
CEBOLLA BLANCA	500	Gramos	\$ 2.700
PAN DE AJO	20	Unidades	\$ 2.600
VINO BLANCO	600	Mililitros	\$ 25.000

Fuente: Elaboración por autoras

Tabla 5.

Tablas de Costeo (Caracterización de costeo para bebidas, jugos y cocteles)

Insumos para bebidas (Jugos y cocteles)	ITCP	UM	PCP
MORA	1000	Gramos	\$ 22.600
AGUA	3500	Mililitros	\$ 3.000
AZUCAR	2000	Gramos	\$ 24.000
HIELO	3000	Gramos	\$ 12.000
LULO	1000	Gramos	\$ 10.000
MARACUYÁ	1000	Gramos	\$ 15.000
LIMÓN	40	Unidades	\$ 12.000
COCO (PULPA)	500	Gramos	\$ 16.000
CEREZA	1000	Gramos	\$ 12.000
JUGO DE LIMÓN	400	Mililitros	\$ 4.500
HIERBABUENA	100	Gramos	\$ 3.000
RON CUBANO	1000	Mililitros	\$ 85.000
RON BLANCO	750	Mililitros	\$ 75.000
PIÑA	3	Unidades	\$ 7.500
LECHE DE COCO	500	Mililitros	\$ 5.800
TEQUILA	700	Mililitros	\$ 80.000
TIPLE SEC	750	Mililitros	\$ 40.000
SAL	2000	Gramos	\$ 16.000

Fuente: Elaboración por autoras

Tabla 6.

Tablas de Cálculo del PV (Costeo unitario y asignación de precio de venta. Línea 1:

Entradas)

SUBLÍNEA COMERCIAL	INSUMO	CIRU	UM	VUC	CTI	CTP. IA	PV	MC
PLATANITOS ACOMPAÑADOS EN SALSA DE QUESO	PLATANOS	1	Unidades	5,0	\$ 1.300	\$ 6.239	\$ 10.000	\$ 3.761
	ACEITE	70	Mililitros	35,7	\$ 266			
	LECHE	120	Mililitros	45,0	\$ 367			
	CREMA DE LECHE	40	Gramos	5,0	\$ 900			
	QUESO COSTEÑO	350	Gramos	4,3	\$ 3.407			
FRITOS DE LA COSTA ACOMPAÑADOS	MASA A BASE DE MAIZ	180	Gramos	2,5	\$ 1.480	\$ 10.669	\$ 14.000	\$ 3.331
	ACEITE	70	Mililitros	35,7	\$ 266			

SUBLÍNEA COMERCIAL	INSUMO	CIRU	UM	VUC	CTI	CTP. IA	PV	MC
CON SUERO COSTEÑO	QUESO COSTEÑO	250	Gramos	6,0	\$ 2.433			
	CARNE MOLIDA	200	Gramos	10,0	\$ 1.700			
	PECHUGA DE POLLO	150	Gramos	4,7	\$ 3.171			
	TOMATE	30	Gramos	16,7	\$ 126			
	CEBOLLA BLANCA	20	Gramos	25,0	\$ 108			
	ESPECIAS INTEGRALES	1	Unidades	20,0	\$ 400			
	SUERO COSTEÑO	60	Gramos	4,2	\$ 984			
PATACONES CON AHOGAO	PLATANOS	1	Unidades	5,0	\$ 1.300	\$ 2.680	\$ 6.000	\$ 3.320
	ACEITE	70	Mililitros	35,7	\$ 266			
	TOMATE	80	Gramos	6,3	\$ 336			
	CEBOLLA ROJA	70	Gramos	7,1	\$ 378			
	ESPECIAS INTEGRALES	1	Unidades	20,0	\$ 400			

Fuente: Elaboración por autoras

Tabla 7.

Tablas de Cálculo del PV (Costeo unitario y asignación de precio de venta. Línea 2: Platos fuertes)

SUBLÍNEA COMERCIAL	INSUMO	CIRU	UM	VUC	CTI	CTP. IA	PV	MC
MOJARRA FITA ACOMPAÑADA DE ARROZ DE COCO, PATACONES Y ENSALADA	MOJARRA	1	Unidades	7,0	\$ 11.000	\$ 16.594	\$ 27.000	\$ 10.406
	PLATANOS	0,5	Unidades	10,0	\$ 650			
	ACEITE	100	Mililitros	25,0	\$ 380			
	LECHUGA	50	Gramos	4,0	\$ 925			
	ZANAHORIA	20	Gramos	25,0	\$ 84			
	LIMON	1	Unidades	40,0	\$ 300			
	ARROZ	30	Gramos	83,3	\$ 115			

SUBLÍNEA COMERCIAL	INSUMO	CIRU	UM	VUC	CTI	CTP. IA	PV	MC
	COCO	80	Gramos	6,3	\$ 2.560			
	LECHE DE COCO	50	Mililitros	10,0	\$ 580			
PARGO FRITO ACOMPAÑADO DE ARROZ DE COCO, PATACONES Y ENSALADA	PARGO	1	Unidades	7,0	\$ 14.500	\$ 20.094	\$ 35.000	\$ 14.906
	PLATANOS	0,5	Unidades	10,0	\$ 650			
	ACEITE	100	Mililitros	25,0	\$ 380			
	LECHUGA	50	Gramos	4,0	\$ 925			
	ZANAHORIA	20	Gramos	25,0	\$ 84			
	LIMON	1	Unidades	40,0	\$ 300			
	ARROZ	30	Gramos	83,3	\$ 115			
	COCO	80	Gramos	6,3	\$ 2.560			
	LECHE DE COCO	50	Mililitros	10,0	\$ 580			
ARROZ DEL MAR	ARROZ	80	Gramos	31,3	\$ 307	\$ 9.807	\$ 22.000	\$ 12.193
	PULPO	70	Gramos	14,3	\$ 2.450			
	CALAMAR	70	Gramos	14,3	\$ 1.890			
	CAMARON	90	Gramos	11,1	\$ 2.880			
	ESPECIAS INTEGRALES	1	Unidades	20,0	\$ 400			
	TOMATE	40	Gramos	12,5	\$ 168			
	CEBOLLA	30	Gramos	16,7	\$ 162			
	PIMENTON ROJO	20	Gramos	10,0	\$ 290			
	MEJILLONES	60	Gramos	16,7	\$ 1.260			
ROLLOS DE CARNE ACOMPAÑADOS DE PURE Y ENSALADA DE LA CASA	CARNE MOLIDA DE RES	80	Gramos	25,0	\$ 680	\$ 14.708	\$ 24.000	\$ 9.292
	QUESO MOZARELA	5	Unidades	4,0	\$ 1.900			
	SALCHICHA RANCHERA	3	Unidades	6,7	\$ 1.380			

SUBLÍNEA COMERCIAL	INSUMO	CIRU	UM	VUC	CTI	CTP. IA	PV	MC
	PAPA	600	Gramos	1,7	\$ 5.400			
	LECHE	100	Militros	54,0	\$ 306			
	CREMA DE LECHE	40	Gramos	5,0	\$ 900			
	MANTEQUILLA	60	Gramos	8,3	\$ 768			
	LECHUGA	50	Gramos	4,0	\$ 925			
	TOMATES CHERRY	70	Gramos	7,1	\$ 574			
	SALSA BBQ	100	Gramos	4,0	\$ 1.475			
	ESPECIAS INTEGRALES	1	Unidades	20,0	\$ 400			
PASTAS COSTA BRAVA	PASTAS FETUCCINNI	20	Gramos	4,0	\$ 775	\$ 6.698	\$ 22.000	\$ 15.302
	LECHE	80	Militros	67,5	\$ 244			
	CREMA DE LECHE	30	Gramos	6,7	\$ 675			
	TOCINETA	3	Unidades	2,3	\$ 1.629			
	PECHUGA DE POLLO	90	Gramos	7,8	\$ 1.903			
	QUESO PARMESANO	10	Gramos	4,0	\$ 1.050			
	CEBOLLA BLANCA	30	Gramos	16,7	\$ 162			
	PAN DE AJO	2	Unidades	10,0	\$ 260			
PASTAS DEL MAR	PASTAS FETUCCINNI	20	Gramos	4,0	\$ 775	\$ 7.324	\$ 24.000	\$ 16.676
	LECHE	80	Militros	67,5	\$ 244			
	CREMA DE LECHE	30	Gramos	6,7	\$ 675			
	PULPO	50	Gramos	20,0	\$ 1.750			
	CALAMAR	50	Gramos	20,0	\$ 1.350			
	CAMARON	40	Gramos	25,0	\$ 1.280			
	VINO BLANCO	30	Militros	20,0	\$ 1.250			

Fuente: Elaboración por autoras

Tabla 8.

Tablas de Cálculo del PV (Costeo unitario y asignación de precio de venta. Línea 3: Jugos Naturales y Granizados)

SUBLÍNEA COMERCIAL	INSUMO	CIRU	UM	VUC	CTI	CTP. IA	PV	MC
JUGO DE MORA	Mora	150	Gramos	6,7	\$ 3.390,0	\$ 4.807,1	\$ 9.000,0	\$ 4.192,9
	Agua	300	Mililitros	11,7	\$ 257,1			
	Azúcar	30	Gramos	66,7	\$ 360,0			
	Hielo	200	Gramos	15,0	\$ 800,0			
JUGO DE LULO	Lulo	150	Gramos	6,7	\$ 1.500,0	\$ 2.917,1	\$ 9.000,0	\$ 6.082,9
	Agua	300	Mililitros	11,7	\$ 257,1			
	Azúcar	30	Gramos	66,7	\$ 360,0			
	Hielo	200	Gramos	15,0	\$ 800,0			
JUGO DE MARACUYÁ	Maracuyá	150	Gramos	6,7	\$ 2.250,0	\$ 4.695,7	\$ 9.000,0	\$ 4.304,3
	Agua	300	Mililitros	11,7	\$ 1.285,7			
	Azúcar	30	Gramos	66,7	\$ 360,0			
	Hielo	200	Gramos	15,0	\$ 800,0			
LIMONADA DE COCO	Limón	15	Unidades	2,7	\$ 4.500,0	\$ 7.517,1	\$ 11.000,0	\$ 3.482,9
	Coco	50	Gramos	10,0	\$ 1.600,0			
	Agua	300	Mililitros	11,7	\$ 257,1			
	Azúcar	30	Gramos	66,7	\$ 360,0			
	Hielo	200	Gramos	15,0	\$ 800,0			
LIMONADA NATURAL	Limón	15	Unidades	2,7	\$ 4.500,0	\$ 5.917,1	\$ 9.000,0	\$ 3.082,9
	Agua	300	Mililitros	11,7	\$ 257,1			

SUBLÍNEA COMERCIAL	INSUMO	CIRU	UM	VUC	CTI	CTP. IA	PV	MC
	Azúcar	30	Gramos	66,7	\$ 360,0			
	Hielo	200	Gramos	15,0	\$ 800,0			
CEREZADA	Limón	10	Unidades	4,0	\$ 3.000,0	\$ 4.643,8	\$ 10.000,0	\$ 5.356,2
	Cereza	30	Gramos	33,3	\$ 360,0			
	Agua	300	Mililitros	11,7	\$ 257,1			
	Azúcar	30	Gramos	66,7	\$ 360,0			
	Hielo	200	Gramos	15,0	\$ 666,7			

Fuente: Elaboración por autoras

Tabla 9.

Tablas de Cálculo del PV (Costeo unitario y asignación de precio de venta. Línea 4: Cocteles)

SUBLÍNEA COMERCIAL	INSUMO	CIRU	UM	VUC	CTI	CTP. IA	PV	MC
MOJITO	Hielo	150	Gramos	20	\$ 600	\$ 3.283	\$ 8.000	\$ 4.718
	Jugo de limón	50	Mililitros	8	\$ 563			
	Hierbabuena	10	Gramos	10	\$ 300			
	Azúcar	10	Gramos	200	\$ 120			
	Ron cubano	50	Mililitros	20	\$ 1.700			
PIÑA COLADA	Ron blanco	50	Mililitros	15	\$ 5.000	\$ 7.344	\$ 10.000	\$ 2.656
	Piña	0,5	Unidades	6	\$ 1.250			
	Leche de coco	40	Mililitros	12,5	\$ 464			
	Agua	100	Mililitros	35	\$ 30			
	Hielo	150	Gramos	20	\$ 600			
MARGARITA	Tequila	40	Mililitros	17,5	\$ 4.571	\$ 7.518	\$ 11.000	\$ 3.482

SUBLÍNEA COMERCIAL	INSUMO	CIRU	UM	VUC	CTI	CTP. IA	PV	MC
	Triple sec	20	Militros	37,5	\$ 1.067			
	Limón	4	Unidades	10	\$ 1.200			
	Sal	10	Gramos	200	\$ 80			
	Hielo	150	Gramos	20	\$ 600			
DAIQUIRÍ	Ron blanco	50	Militros	15	\$ 5.000	\$ 6.920	\$ 10.000	\$ 3.080
	Limón	4	Unidades	10	\$ 1.200			
	Azúcar	10	Gramos	200	\$ 120			
	Hielo	150	Gramos	20	\$ 600			

Fuente: elaboración por autoras

Tabla 10.

Tablas de Cálculo del PV (Costeo unitario y asignación de precio de venta. Línea 5: Bebidas)

CATEGORÍA	MARCA COMERCIAL	SUBLÍNEA DE VENTA	CTP	PCP	VU	PVP	MC
Cerveza	Corona	Corona	24	\$ 82.000	\$ 3.417	\$ 5.000	\$ 1.583
		Coronita	24	\$ 56.000	\$ 2.333	\$ 4.000	\$ 1.667
	Stella Artois	Línea normal	24	\$ 89.000	\$ 3.708	\$ 6.000	\$ 2.292
	Budweiser	Línea normal	24	\$ 48.000	\$ 2.000	\$ 4.000	\$ 2.000
	Águila	Águila negra	24	\$ 53.000	\$ 2.208	\$ 4.000	\$ 1.792
		Águila light	24	\$ 50.000	\$ 2.083	\$ 4.000	\$ 1.917
	Club Colombia	Tradicional	24	\$ 54.000	\$ 2.250	\$ 4.000	\$ 1.750
		Roja	24	\$ 54.000	\$ 2.250	\$ 4.000	\$ 1.750
		Negra	24	\$ 54.000	\$ 2.250	\$ 4.000	\$ 1.750
Gaseosa	Coca Cola	Tradicional	24	\$ 14.000	\$ 583	\$ 3.000	\$ 2.417

CATEGORÍA	MARCA COMERCIAL	SUBLÍNEA DE VENTA	CTP	PCP	VU	PVP	MC
		Light	24	\$ 13.000	\$ 542	\$ 3.000	\$ 2.458
		Quattro	24	\$ 13.000	\$ 542	\$ 3.000	\$ 2.458
	Productos Postobón	Manzana	24	\$ 13.000	\$ 542	\$ 3.000	\$ 2.458
		Uva	24	\$ 13.000	\$ 542	\$ 3.000	\$ 2.458
		Kola	24	\$ 13.000	\$ 542	\$ 3.000	\$ 2.458
		Naranja	24	\$ 13.000	\$ 542	\$ 3.000	\$ 2.458
		Colombiana	24	\$ 13.000	\$ 542	\$ 3.000	\$ 2.458
Agua	Botella de agua	Brisa	24	\$ 15.000	\$ 625	\$ 3.000	\$ 2.375
		Manantial	24	\$ 16.000	\$ 667	\$ 3.000	\$ 2.333

Fuente: Elaboración por autoras

Plaza – Comercial

Museo Tradición se encontrará ubicado en una de las zonas más movidas de la ciudad, debido a esto, lo hace un atractivo mucho más grande hacia los clientes, ya que podrán disfrutar de música, artistas callejeros y del ambiente único que se vive en las calles del centro histórico de la ciudad. Estas mismas calles están llenas de color e historia, además podrán encontrar una cantidad de bares y discotecas a los que podrán asistir después de haber degustado los platillos y haber vivido una experiencia que los hará volver.

Figura 1.

Canal previsto de comercialización



Canal corto de comercialización

Fuente: Elaboración por autoras

Nota: Corresponde a la comercialización prevista con el mercado objetivo en la ciudad de Santa Marta.

Promoción

Teniendo en cuenta las necesidades en materia de comunicación y publicidad que va a manejar el plan de negocio propuesto, los siguientes son los servicios promocionales y de visibilidad comercial con los cuales se espera contar para la puesta en marcha del plan de negocio del restaurante museo tradición.

Tabla 11.

Gastos de Ventas y Promoción

Marketing estratégico	Estrategia	Cantidad al año (meses)	Vr. unitario	Vr. total año 1
Publicidad	Página WEB	1	\$200.000,00	\$200.000,00
	Banner WEB	4	\$350.000,00	\$1.400.000,00
	Pauta medio radial	8	\$500.000,00	\$4.000.000,00
	Pauta medio escrito (Volantes)	20	\$400.000,00	\$8.000.000,00
	Vallas y avisos publicitarios	7	\$350.000,00	\$2.450.000,00
Relaciones públicas	Eventos empresariales	3	\$600.000,00	\$1.800.000,00
Fuerza externa de venta	(4 pers) (\$50.000 c/u)	5	\$500.000,00	\$2.500.000,00
Provisión para gastos de ventas	Gastos adicionales (2% - 5%)	10	\$350.000,00	\$4.200.000,00
TOTAL CONSOLIDADO				\$24.550.000,00
			Promedio mensual	\$2.045.833,33

Fuente: elaboración Propia de Autoras

Estudio técnico – operativo

Flujo de operaciones

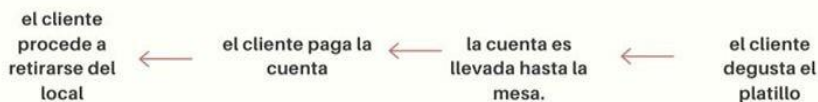
Teniendo en cuenta el esquema operativo del proyecto, se expondrá el flujograma de operaciones para la elaboración y venta de los platillos, bebidas y postres.

Con este flujograma operacional se representará de manera gráfica, la estructura del negocio, por medio del cual se definieran y establecerán los procesos de atención a los clientes, desde su entrada hasta la salida del establecimiento.

Figura 2.

Flujograma







Fuente: Elaboracion por autoras

Ficha técnica del producto

Figura 3.

Ficha técnica del producto (línea comercial 1: entradas)

LINEA COMERCIAL 1. ENTRADAS				
Nombre del platillo	PLATANITOS ACOMPAÑADOS EN SALSA DE QUESO	PLATANOS	1	Unidades
		ACEITE	70	Mililitros
		LECHE	120	Mililitros
		CREMA DE LECHE	40	Gramos
		QUESO COSTEÑO	350	Gramos
Raciones: 1				
Preparación		Elaboración		
Cortar el plátano en torrejitas finas y delgadas (Reservar). Rayar el queso costeño (Reservar)		<p>En un caldero grande, se agregara el aceite el cual se estará calentando a temperatura media, cuando la temperatura deseada sea alcanzada se podrán echar las torrejitas de plátano que previamente fueron cortadas, Mientras estas se fritan, en un sartén a fuego lento se agregara la leche y crema de leche, después de esto se procederá a echar el queso rallado dentro del sartén con la mezcla antes mencionada, esperamos que tome una consistencia entre espesa y algo aguada, que será la deseada para nuestra salsa, por último se retiraran las tajadas de plátano del caldero para proceder a emplatar.</p>		
Presentación				
En un pequeño plato hondo y la salsa dentro de un recipiente.				
				
LINEA COMERCIAL 1. ENTRADAS				
Nombre del platillo:	FRITOS DE LA COSTA ACOMPAÑADOS	MASA A BASE DE MAIZ	180	Gramos
		ACEITE	70	Mililitros

	CON SUERO COSTEÑO	QUESO COSTEÑO	250	Gramos
		CARNE MOLIDA	200	Gramos
		PECHUGA DE POLLO	150	Gramos
		TOMATE	30	Gramos
Raciones: 1		CEBOLLA BLANCA	20	Gramos
		ESPECIAS INTEGRALES	1	Unidades
		SUERO COSTEÑO	60	Gramos
Preparación		Elaboración		
<p>Se deberá cocinar el pollo, es mecharlo y dejarlo reservando, de la misma manera la carne molida deberá ser condimentada y previamente cocinada en un sartén para dejar reservando, el queso costeño deberá ser rallado de manera fina y también procederemos a dejarlo reservar, por último, las verduras deberán finamente picadas y condimentadas con las especias para comenzar a armar los fritos.</p>		<p>Cuando los rellenos estén listos, se deberán armar los fritos, estos con el relleno de la preferencia del cliente. En un caldero grande, se agregará el aceite el cual se estará calentando a temperatura media, cuando la temperatura deseada sea alcanzada se podrán agregar el o los fritos solicitados por el cliente, se deberá estar moviendo continuamente dentro del caldero para de esta manera evitar que el producto se queme o se cocine por fuera y la masa por dentro quede cruda, cuando estos lleguen a el color dorado deseado, se podrán retirar del caldero y proceder a escurrir para comenzar a emplatar.</p>		
Presentación				
<p>En una bandeja estarán acomodados los fritos y acompañados por las salsas de preferencia del cliente.</p>				
				
LINEA COMERCIAL 1. ENTRADAS				
Nombre del platillo:	PATACONES CON AHOGAO	PLATANOS	1	Unidades
		ACEITE	70	Mililitros
TOMATE		80	Gramos	
Raciones: 1		CEBOLLA ROJA	70	Gramos
ESPECIAS INTEGRALES		1	Unidades	
Preparación		Elaboración		


<p>El plátano deberá ser cortado y pelado, una vez este pelado se procederá a cortar en trozos de tamaño promedio, esto lo dejaremos reservando mientras colocamos a calentar nuestro aceite, por otro lado, las verduras deberán ser finamente picadas y condimentadas con las especias.</p>	<p>En aceite caliente agregaremos los trozos de plátano que fueron previamente cortados, cuando estos alcancen un buen color y cocción deseados procederemos a retirarlos y aplanarlos, de la misma manera serán devueltos al aceite y esperar que se frían. Para el ahogado, en un sartén bañado en aceite se sofreirán las verduras previamente picadas y condimentadas, de la misma manera se le agregará un poco de agua y sal hasta obtener el sabor deseado, cuando ambas partes estén listas, se procederá a emplatar.</p>
Presentación	
<p>En un plato llano se acomodarán los patacones y en el centro de estos se colocará un recipiente que tendrá el ahogado.</p>	
	

Fuente: Elaboracion por autoras

Figura 4.

Ficha técnica del producto (línea comercial 2: platos fuertes)

LINEA COMERCIAL 2. PLATOS FUERTES				
Nombre del platillo:	MOJARRA FRITA ACOMPAÑADA DE ARROZ DE COCO, PATACONES Y ENSALADA.	MOJARRA	1	Unidades
		PLATANOS	0,5	Unidades
ACEITE		100	Mililitros	
Raciones: 1		LECHUGA	50	Gramos
		ZANAHORIA	20	Gramos
Preparación		LIMON	1	Unidades
En un plato dejaremos reposando la mojarra que previamente debió haber sido limpiada. Por aparte picaremos y rayaremos las verduras para la ensalada y las dejaremos reposando en un bolw, estas estarán condimentadas	ARROZ	30	Gramos	
	COCO	80	Gramos	
	LECHE DE COCO	50	Mililitros	
	Elaboración			


<p>con sal y limón. Lo siguiente a realizar será el pelar y partir los plátanos para la realización de los patacones, estos los dejamos reservados, Por último, el coco deberá ser partido y previamente rayado para la preparación del arroz.</p>	<p>En un caldero a fuego medio, se le agregara la leche de coco y el coco rallado, se dejará hervir a fuego medio durante 5 minutos y después se le agregara el arroz, dejamos secar y por último será tapado para su cocción, mientras el arroz se cocina, en un caldero con aceite caliente, se agregará la mojarra y se dejara fritar perfectamente por ambos lados, por último, los patacones serán fritos y con esto listo se precederá a emplatar.</p>
Presentación	
<p>En un plato largo serviremos la mojarra, la porción de arroz y ensalada, juntos con los patacones.</p>	
	

LINEA COMERCIAL 2. PLATOS FUERTES

Nombre del platillo:	PARGO FRITO ACOMPAÑADA DE ARROZ DE COCO, PATACONES Y ENSALADA.	PARGO	1	Unidades
		PLATANOS	0,5	Unidades
		ACEITE	100	Mililitros
		LECHUGA	50	Gramos
		ZANAHORIA	20	Gramos
Raciones: 1		LIMON	1	Unidades
Preparación		ARROZ	30	Gramos
<p>En un plato dejaremos reposando el pargo que previamente debió haber sido limpiado. Por aparte picaremos y rayaremos las verduras para la ensalada y las dejaremos reposando en un bolw, estas estarán condimentadas con sal y limón. Lo siguiente a realizar será el pelar y partir los plátanos para la realización de los patacones, estos los dejamos reservados. Por último, el coco deberá ser partido y previamente rayado para la preparación del arroz.</p>		COCO	80	Gramos
		LECHE DE COCO	50	Mililitros
		Elaboración		
Presentación		<p>En un caldero a fuego medio, se le agregara la leche de coco y el coco rallado, se dejará hervir a fuego medio durante 5 minutos y después se le agregara el arroz, dejamos secar y por último será tapado para su cocción, mientras el arroz se cocina, en un caldero con aceite caliente, se agregará la mojarra y se dejara fritar perfectamente por ambos lados, por último, los patacones serán fritos y con esto listo se precederá a emplatar.</p>		
<p>En un plato largo serviremos el pargo, la porción de arroz y ensalada, juntos con los patacones.</p>				




LINEA COMERCIAL 2. PLATOS FUERTES

Nombre del platillo:	ARROZ DEL MAR	ARROZ	80	Gramos
		PULPO	70	Gramos
CALAMAR		70	Gramos	
CAMARON		90	Gramos	
ESPECIAS INTEGRALES		1	Unidades	
Raciones: 1				
Preparación		TOMATE	40	Gramos
Se lavarán todas las verduras y mariscos, estos procederán a ser picados de la forma correcta y sazonados, se reserva y se procede a la preparación del arroz.		CEBOLLA	30	Gramos
		PIMENTON ROJO	20	Gramos
		MEJILLONES	60	Gramos
	Elaboración			
Presentación		En un caldero con poco aceite y a fuego medio, agregaremos todos los mariscos y verduras que fueron previamente picados y sazonados, esperaremos que estos mezclen su sabor y después de le agregara el arroz junto con la cantidad de agua necesaria para su preparación, por último, dejar secar y después tapar para obtener el resultado esperado, después de esto estará listo para emplatar.		
en un plato hondo				
				



LINEA COMERCIAL 2. PLATOS FUERTES

Nombre del platillo:	ROLLOS DE CARNE ACOMPAÑADOS DE PURE Y ENSALADA DE LA CASA	CARNE MOLIDA DE RES	80	Gramos	
		QUESO MOZARELA	5	Unidades	
		SALCHICHA RANCHERA	3	Unidades	
Raciones: 1					
			PAPA	600	Gramos
		LECHE	100	Mililitros	
Preparación		CREMA DE LECHE	40	Gramos	
		MANTEQUILLA	60	Gramos	

<p>la carne deberá ser sazonada con las especias y verduras necesarias, esto lo dejaremos reservando. Para el pure, la papa deberá ser lavada, pelada y picada para de esta manera agregarla a agua con sal hirviendo para su cocción, por último, deberemos lavar y picar nuestras verduras para la ensalada, las reservaremos en un bolw.</p>	LECHUGA	50	Gramos
	TOMATES CHERRY	70	Gramos
	SALSA BBQ	100	Gramos
	ESPECIAS INTEGRALES	1	Unidades
	Elaboración		
Presentación	<p>A una bandeja para horno, la forraremos con papel aluminio, sobre este agregaremos la carne y aplanaremos a lo largo de la bandeja, después de esto se colocará una capa de queso mozzarella y sobre el la salchicha ranchera, enrollaremos y agregamos al horno durante 45 minutos. Mientras la carne está el horno, se retirará la papa del agua caliente, se agregará en un bolw en el cual se le agregará la mantequilla, la leche y la crema de leche, se mezclará hasta obtener la consistencia deseada y así poder emplatar, Se retira la carne del horno después del tiempo, se procede a cortar en torrijas y queda listo para emplatar.</p>		
<p>en un plato plano, se agregarán los rollos de carne, la porción de pure y ensalada, si el cliente lo desea se le agregara salsa BBQ a la carne.</p>			

LINEA COMERCIAL 2. PLATOS FUERTES

Nombre del platillo:	PASTAS COSTA BRAVA	PASTAS FETUCCINNI	20	Gramos
		LECHE	80	Mililitros
		CREMA DE LECHE	30	Gramos
		TOCINETA	3	Unidades
		PECHUGA DE POLLO	90	Gramos
Raciones: 1		QUESO PARMESANO	10	Gramos
Preparación	<p>En una olla con agua hirviendo a fuego alto, agregaremos la pechuga de pollo que previamente fue limpiada y sazonada con sal, mientras esta se cocina, en otra olla con agua hirviendo y sal, agregaremos la pasta para su cocción y cuando estén listas dejamos reposar en agua fría, cuando el pollo esté listo, deberá ser retirado del agua y desmecharlo, por último, rallaremos la cebolla y el queso parmesano para la salsa, y además, picaremos la tocineta en cubos pequeños.</p>	CEBOLLA BLANCA	30	Gramos
		PAN DE AJO	2	Unidades
		Elaboración		
		<p>En un sartén hondo, con aceite y a fuego medio, agregaremos la cebolla, la tocineta y el pollo, lo dejamos sofreír durante 5 minutos y procederemos a agregar la leche, la crema de leche y el queso parmesano, dejamos hervir a fuego medio durante tres minutos sin parar de mezclar y cuando la salsa esta lista, se agregará la pastar al sartén, se mezclará durante tres minutos más y listo para emplatar.</p>		

Presentación				
En un plato hondo acompañado de pan de ajo				
				
LINEA COMERCIAL 2. PLATOS FUERTES				
Nombre del platillo:	PASTAS COSTA BRAVA	PASTAS FETUCCINNI	20	Gramos
		LECHE	80	Mililitros
CREMA DE LECHE		30	Gramos	
Raciones: 1		PULPO	50	Gramos
		CALAMAR	50	Gramos
Preparación		CAMARON	40	Gramos
En una olla con agua hirviendo a fuego alto, agregaremos la pasta para su cocción, mientras esta se cocina, lavaremos, picaremos y sazonaremos todos los mariscos necesarios para la elaboración del platillo.		VINO BLANCO	30	Mililitros
		Elaboración		
Presentación		<p>En un sartén hondo, con aceite y a fuego medio, agregaremos los mariscos que dejamos en reserva, cuando los mariscos estén sofritos, se agregara un chorro de vino blanco, juntos con la leche y la crema de leche, dejamos hervir a fuego medio durante tres minutos sin parar de mezclar y cuando la salsa esta lista, se agregara la pastar al sartén, se mezclara durante tres minutos más y listo para emplatar.</p>		
En un plato hondo.				
				

Fuente: Elaboración por autoras

Figura 5.

Ficha técnica del producto (línea comercial 3: jugos naturales y granizados)


LINEA COMERCIAL 3. JUGOS NATURALES Y GRANIZADOS

LINEA COMERCIAL 3. JUGOS NATURALES Y GRANIZADOS				
Nombre de la bebida:	Jugo de mora	Mora	150	Gramos
		Agua	300	Mililitros
Azúcar		30	Gramos	
Raciones: 1		Hielo	200	Gramos
Elaboración				
Preparación				
En una licuadora agregaremos agua, azúcar, hielo y la pulpa de la fruta.				
Presentación				
En un vaso alto y hondo.				
LINEA COMERCIAL 3. JUGOS NATURALES Y GRANIZADOS				
Nombre de la bebida:	Jugo de lulo	Lulo	150	Gramos
		Agua	300	Mililitros
Azúcar		30	Gramos	
Raciones: 1		Hielo	200	Gramos
Elaboración				
Preparación				
En una licuadora agregaremos agua, azúcar, hielo y la pulpa de la fruta.				
Presentación				
En un vaso alto y hondo.				
LINEA COMERCIAL 3. JUGOS NATURALES Y GRANIZADOS				
Nombre de la bebida:	Jugo de maracuyá	Maracuyá	150	Gramos
		Agua	300	Mililitros
Azúcar		30	Gramos	
Raciones: 1		Hielo	200	Gramos
Elaboración				
Preparación				
En una licuadora agregaremos agua, azúcar, hielo y la pulpa de la fruta.				
Presentación				
En un vaso alto y hondo.				


LINEA COMERCIAL 3. JUGOS NATURALES Y GRANIZADOS

Nombre de la bebida:	Limonada de coco	Limón	15	Unidades
		Coco	50	Gramos
Agua		300	Mililitros	
Raciones: 4		Azúcar	30	Gramos
Hielo		200	Gramos	
Preparación		Elaboración		
En una licuadora agregaremos agua, azúcar, hielo, el zumo de limón y el coco partido en trozos.		Dejamos licuar durante tres minutos y con una buena cantidad de hielo, los ingredientes necesarios para nuestro jugo.		
Presentación				
En un vaso alto y hondo.				

LINEA COMERCIAL 3. JUGOS NATURALES Y GRANIZADOS

Nombre de la bebida:	Limonada natural	Limón	15	Unidades
		Agua	300	Mililitros
Azúcar		30	Gramos	
Raciones: 4		Hielo	200	Gramos
Elaboración				
Preparación				
En una licuadora agregaremos agua, azúcar, hielo y el zumo de limón				
Presentación				
En un vaso alto y hondo.				



LINEA COMERCIAL 3. JUGOS NATURALES Y GRANIZADOS



Nombre de la bebida:	Limonada Cerezada	Limón	10	Unidades
		Cereza	30	Gramos
Agua		300	Mililitros	
Raciones: 3		Azúcar	30	Gramos
Hielo		200	Gramos	
Preparación		Elaboración		
En una licuadora agregaremos agua, azúcar, hielo, el zumo de limón y las cerezas.		Dejamos licuar durante tres minutos y con una buena cantidad de hielo, los ingredientes necesarios para nuestro jugo.		
Presentación				
En un vaso alto y hondo.				

Fuente: Elaboración por autoras

Figura 6.

Ficha técnica del producto (línea comercial 4: cocteles)

LINEA COMERCIAL 4. COCTELES				
Nombre de la bebida:	Mojito	Hielo	150	Gramos
		Jugo de limón	50	Mililitros
		Hierbabuena	10	Gramos
Raciones: 1		Azúcar	10	Gramos
Ron cubano		50	Mililitros	
Preparación		Elaboración		
Cortaremos los limones para extraer el zumo.		En un vaso, agregaremos el zumo del limón, las hojas de hierbabuena y empezamos a machacar, después de esto se agregará el hielo, la azúcar y se mezclará, por último, agregaremos el ron cubano.		
Presentación				
En un vaso alto y hondo.				
LINEA COMERCIAL 4. COCTELES				
Nombre de la bebida:	Piña colada	Ron blanco	50	Mililitros
		Piña	0,5	Unidades
		Leche de coco	40	Mililitros
Raciones: 1		Agua	100	Mililitros
Hielo		150	Gramos	
Preparación		Elaboración		
En un bolw dejaremos los trozos que partimos de la piña y dejaremos reservando		En una licuadora, agregaremos los trozos de piña, la leche de coco, el agua, el hielo y por último el ron blanco, mezclamos durante dos minutos y listo para servir.		
Presentación				
En una copa alta y honda.				
LINEA COMERCIAL 4. COCTELES				
Nombre de la bebida:	Margarita	Tequila	40	Mililitros
		Triple sec	20	Mililitros
		Limón	4	Unidades
Raciones: 1		Sal	10	Gramos

		Hielo	150	Gramos
Preparación		Elaboración		
Cortaremos los limones para extraer su zumo.		En la copa donde serviremos, agregaremos el zumo de limón junto al hielo y la sal, mezclamos bien y procedemos a agregar el tequila y el triple sec.		
Presentación				
En una copa alta.				
LINEA COMERCIAL 4. COCTELES				
Nombre de la bebida:	Daiquiri	Ron blanco	50	Mililitros
		Limón	4	Unidades
		Azúcar	10	Gramos
		Hielo	150	Gramos
Raciones: 1		Elaboración		
Preparación		En la copa donde serviremos, agregaremos el zumo de limón junto al hielo y la azúcar, mezclamos bien y procedemos a agregar el ron blanco.		
Cortaremos los limones para extraer su zumo.				
Presentación				
En una copa alta.				

Fuentes: Elaboración por autoras

Figura 7.

Ficha técnica del producto (línea comercial 5: bebidas)

LINEA COMERCIAL 5. BEBIDAS (LINEAS COMERCIALES)			
CATEGORÍA	MARCA COMERCIAL	SUBLÍNEA DE VENTA	CTP
Cerveza	Corona	Corona	24
		Coronita	24
	Stella Artois	Línea normal	24
	Budweiser	Línea normal	24
	Águila	Águila negra	24
		Águila light	24
	Club Colombia	Tradicional	24

LINEA COMERCIAL 5. BEBIDAS (LINEAS COMERCIALES)			
		Roja	24
		Negra	24
Gaseosa	Coca Cola	Tradicional	24
		Light	24
		Quatro	24
	Productos Postobón	Manzana	24
		Uva	24
		Kola	24
		Naranja	24
		Colombiana	24
Agua	Botella de agua	Brisa	24
		Manantial	24

Fuente: Elaboración por autoras

Localización empresarial

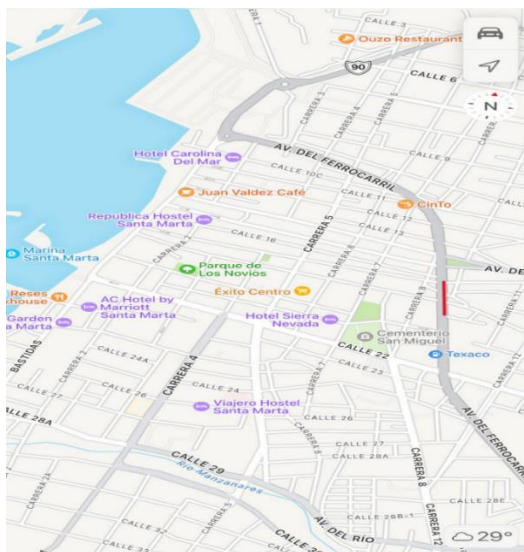
Teniendo en cuenta el modelo operativo con el que se plantea contar, se debe desarrollar un esquema de ubicación estratégica que le permita al plan de negocio contar con un flujo comercial permanente, a continuación, se señala el perfil esperado para lograr este cometido.

Macro localización prevista

La empresa tiene planteado contar con una cobertura directa de mercado en la ciudad de Santa Marta, a continuación, se muestra la planimetría geográfica de este mercado de acceso en donde se encontrará la empresa.

Figura 8.

Macro localización empresarial



Fuente: Google Maps

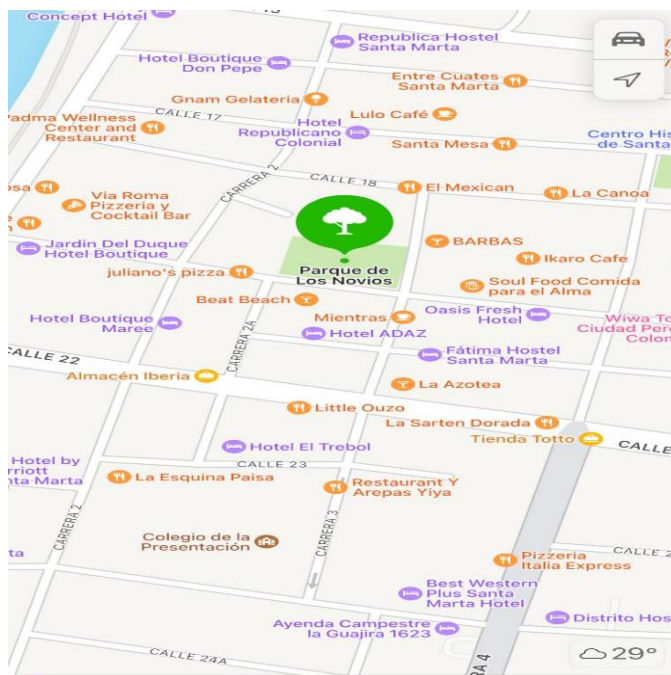
Micro localización

Teniendo en cuenta la ubicación de la zona en donde se establecerá el restaurante, podemos plantear las siguientes características del lugar:

- Vías de acceso rápidas. Este estará ubicado en una zona de fácil acceso y movilidad, es decir, podrás acceder desde cualquiera de las entradas del parque de los novios, hacia el restaurante.
- El lugar cuenta con acceso a todos los servicios públicos.

Figura 9.

Micro localización empresarial



Fuente: Google Maps

Necesidades y requerimientos

Para las necesidades y requerimientos hay que tener en *“cuenta la operación que se tiene previsto llevar a cabo en la empresa, a continuación, se relacionan las necesidades técnicas y requerimientos totales para la ejecución de las actividades, así como la inversión estimada por cada concepto; el detalle de estas consideraciones se encuentra expuesto en el estudio técnico del presente plan de negocio”* (Hernández, Fernández, & Baptista, 2017).

Recursos físicos para el local comercial

A nivel de recursos físicos y equipo para el local comercial, el restaurante museo tradición tiene pensado contar con la siguiente estructura.

Tabla 12.

Recursos físicos para el local comercial

Recursos físicos para el local comercial			
Cantidad	Artículos	Valor unitario	Valor total
1	Televisor	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
1	Computador	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
1	Silla ofimática	\$ 120.000	\$ 120.000
12	Mesas	\$ 140.000	\$ 1.680.000
48	Sillas	\$ 70.000	\$ 3.360.000
8	Juego de platos	\$ 240.000	\$ 1.920.000
8	Juego de cubiertos	\$ 130.000	\$ 1.040.000
8	Juego de vasos	\$ 70.000	\$ 560.000
1	Adecuación del local físico	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Total consolidado			\$ 12.080.000

Fuente: Elaboración por autoras

Recursos de operación

A nivel de recursos para la operación, el restaurante museo tradición, tiene pensado contar con la siguiente estructura de recursos técnicos.

Tabla 13.

Recursos de operación

Recursos para operación			
Cantidad	Artículos	Valor unitario	Valor total
3	Mesa integral de trabajo	\$ 400.000	\$ 1.200.000
3	Estufa industrial	\$ 1.400.000	\$ 4.200.000
2	Nevera	\$ 1.400.000	\$ 2.800.000
4	Licadoras	\$ 220.000	\$ 880.000

Recursos para operación			
Cantidad	Artículos	Valor unitario	Valor total
2	Horno micro ondas	\$ 350.000	\$ 700.000
3	Máquina picadora	\$ 70.000	\$ 210.000
4	Pinzas de trabajo	\$ 50.000	\$ 200.000
2	Escurridora	\$ 35.000	\$ 70.000
4	Tablas para picar	\$ 50.000	\$ 200.000
3	Juego integral de ollas	\$ 370.000	\$ 1.110.000
4	Juego integral de sartenes	\$ 260.000	\$ 1.040.000
4	Materiales para corte	\$ 120.000	\$ 480.000
Total consolidado			\$ 13.090.000,00

Fuente: Elaboración por autoras

Software operativo

A nivel de Software operativo como instrumento para el procesamiento de la información, el restaurante museo tradición, tiene pensado contar con la siguiente estructura.

Tabla 14.

Software operativo

Software operativo			
Cantidad	Articulo	Valor unitario	Valor total
1	FUDO	\$ 75.000	\$ 900.000
Total consolidado			\$ 900.000

Fuente: Elaboración por autoras

Gastos de puesta en marcha

Los gastos de puesta en marcha son “los costes en los que es preciso incurrir para el inicio de la actividad de la empresa. Serán gastos de establecimiento y como tales resultarán amortizables en un período máximo de cinco ejercicios” (expansion.com, 2022).

El tiempo de cálculo de puesta en marcha para efectos de este plan de negocio será de 3 meses, dentro de él, se contemplan los gastos administrativos iniciales (que se muestran en el estudio financiero), los gastos de venta y promoción previstos (señalados anteriormente en las 4P del marketing), y los gastos iniciales de legalización y formalización empresarial; estas estimaciones se muestran a continuación.

Tabla 15.

Gastos de puesta en marcha

Concepto	Gastos de puesta en marcha	Presupuesto
Legalización ante Cámara de Comercio	Registro mercantil	\$ 700.000
	Constitución de sociedad	
	Inscripción en libros de legalización	
	Matriculación de personería jurídica	
	Legalización de ente patrimonial	
Gastos administrativos iniciales	Arriendo locativo presupuestado por 3 meses	\$ 5.100.000
	Servicios públicos presupuestados por 3 meses	\$ 3.000.000
	Nómina del administrador presupuestado por 3 meses	\$ 7.876.847
	Nómina de cocinero por 3 meses	\$ 5.680.648
Gastos de ventas iniciales	Presupuesto para promoción y publicidad por 3 meses	\$ 6.137.500
Total gastos puesta en marcha		\$ 28.494.995
INVERSIÓN INICIAL TOTAL REQUERIDA		\$ 54.564.995

Fuente: Elaboración por autoras

Inversiones totales del negocio

Tomando en cuenta el análisis previo de las necesidades y requerimientos técnicos; en maquinaria y equipos, elementos de apoyo e insumos específicos para operación, en lo que a inversión refiere, y de los gastos iniciales durante el periodo de la puesta en marcha

de plan de negocio, se muestra a continuación la cuantificación total inicial con la cual se espera contar para el montaje satisfactorio del plan de negocio propuesto en el presente proyecto investigativo.

Tabla 16.

Cálculo inicial de inversiones

	Concepto	Valor estimado	Inversión mínima requerida
Inversión a efectuar	Gasto de puesta en marcha	\$ 28.494.995,07	\$ 54.564.995
	Inversión en recursos técnicos	\$ 26.070.000,00	
Fuentes de Inversión	Inversión propia	\$ 30.000.000	\$ 60.000.000
	Inversión externa (Fondo emprendedor - recursos financieros)	\$ 30.000.000	

Fuente. Elaboración de autoras

Estudio económico – financiero

Parte fundamental de este plan de negocio se encuentra plasmado en el estudio económico-financiero, ya que, *“Es el proceso a través del que se analiza la viabilidad de un proyecto. Tomando como base los recursos económicos que tenemos disponibles y el coste total del proceso de producción.”* (obsbusiness.school, 2021).

Además de esto, *“Su finalidad es permitirnos ver si el proyecto que nos interesa es viable en términos de rentabilidad económica”* (obsbusiness.school, 2021).

Para el presente estudio económico-financiero se utilizó la matriz de cálculo financiero del fondo Emprender, esta ayuda a simplificar el proceso de cálculos y permite hacer diversos estudios de simulación que sirven para analizar sobre la marcha la viabilidad financiera del plan de negocio del restaurante museo tradición, teniendo en cuenta unos criterios comerciales, técnicos y funcionales específicos.

Gastos operativos

Teniendo en cuenta las estimaciones operativas del plan de negocio, se relaciona a continuación los gastos esperados a incurrir en materia de gastos de administración y gastos de venta.

Tabla 17.

Gastos administrativos

Concepto	Valor mes	Valor año 2019	Valor año 2020	Valor año 2021	Valor año 2022	Valor año 2023	Valor año 2024
Arriendo	\$ 1.700.000	\$ 20.400.000	\$ 22.032.000	\$ 23.794.560	\$ 25.698.125	\$ 27.753.975	\$ 29.974.293
Servicios públicos	\$ 1.000.000	\$12.000.000	\$ 12.960.000	\$ 13.996.800	\$ 15.116.544	\$ 16.325.868	\$ 17.631.937
Nómina	\$ 9.913.437	\$118.961.243	\$ 128.478.143	\$ 138.756.394	\$ 149.856.906	\$ 161.845.458	\$ 174.793.095

Concepto	Valor mes	Valor año 2019	Valor año 2020	Valor año 2021	Valor año 2022	Valor año 2023	Valor año 2024
Dotación (Prest. Social sin %)	\$20.000	\$600.000	\$ 648.000	\$ 699.840	\$ 755.827	\$ 816.293	\$ 881.597
Provisión gastos de administración conceptos anteriores (3% - 5%)	\$300.000	\$3.600.000	\$ 3.888.000	\$ 4.199.040	\$ 4.534.963	\$ 4.897.760	\$ 5.289.581
Total gastos administrativos	\$12.933.437	\$155.561.243	\$168.006.143	\$181.446.634	\$195.962.365	\$211.639.354	\$228.570.502

Fuente: Elaboración por autoras

Nomina

El concepto de nómina empresarial “*Se conoce por nómina los pagos mensuales o quincenales que el empleador o empresa debe realizar a los trabajadores que tiene vinculados mediante contrato de trabajo, pagos que comprenden el salario, comisiones, horas extras, recargos nocturnos, festivos, dominicales, descuentos, etc.*” (Gerencie.com, 2022). Teniendo en cuenta las necesidades operativas del restaurante museo tradición, se tienen previstos los siguientes cargos con la cuantificación total para el primer año de operación:

Tabla 18.

Cálculo de la nómina empresarial

CAR GO	TIPO DE CONTRATATO	ASIGNACIÓN BASE	Auxilio de transporte	Total salario a devengar empleado	Aporte salud (8.50%)	Aporte pensión (12%)	ARL (1% - 7% (Seg. Niv. Riesgo))	Cesantías (8.33%)	Int. Cesantías (1%)	Primas (8.33%)	Vacaciones (4.17%)	Cajama (4%)	TOTAL MESES	TOTAL AÑO
Administrador	Indefinido	\$1.700.000	\$117.000	\$1.817.000	\$144.500	\$204.000	\$17.000	\$151.356	\$1.514	\$151.356	\$70.890	\$68.000	\$2.625.616	\$31.507.389
Cocinera No.1	Fijo	\$1.200.000	\$117.000	\$1.317.000	\$102.000	\$144.000	\$12.000	\$109.706	\$1.097	\$109.706	\$50.040	\$48.000	\$1.893.549	\$22.722.591
Cocinera No.2	Fijo	\$1.200.000	\$117.000	\$1.317.000	\$102.000	\$144.000	\$12.000	\$109.706	\$1.097	\$109.706	\$50.040	\$48.000	\$1.893.549	\$22.722.591
Auxiliar de cocina	Fijo	\$1.000.000	\$117.000	\$1.117.000	\$85.000	\$120.000	\$10.000	\$93.046	\$930	\$93.046	\$41.700	\$40.000	\$1.600.723	\$19.208.672
Mesera No.1	Prestación de servicio	\$700.000		\$700.000	N/A								\$700.000	\$8.400.000
Mesera No.2	Prestación de servicio	\$700.000		\$700.000	N/A								\$700.000	\$8.400.000
Contador outsourcing	Prestación de servicio	\$500.000		\$500.000	N/A								\$500.000	\$6.000.000
Total consolidado													\$9.91	\$118.9

CAR GO	TIPO DE CON TRAT O	ASIGN ACIÓ N BASE	Auxi lio de tran spor te	Tota l sala rio a deve ngar emp lead o	Apo rte salu d (8.5 0%)	Ap ort e pen sió n (12 %)	AR L (1 %) - 7% (Se g. Niv Rie)	Ces anti as (8.3 3%)	Int. Ces anti as (1%)	Pri mas (8.3 3%)	Vaca cione s (4.17 %)	Caj ama g (4%)	TO TA L ME S	TOT AL AÑO
													3.43 7	61.24 3

Fuente: Elaboración por autoras

Gastos de venta

Para el desarrollo de la actividad comercial, los gastos de venta, promoción y comunicación se mostrarán continuación. Con los cuales se espera contar para la puesta en marcha del plan de negocio del restaurante museo tradición.

Tabla 19.

Gastos de venta, promoción y comunicación a 5 años

Marketing estratégico	Estrategia	Cantidad al año (meses)	Vr. unitario	Vr. total año 1	Vr. total año 2	Vr. total año 2020	Vr. total año 2021	Vr. total año 2022
Publicidad	Página WEB	1	\$200.000	\$200.000	\$216.000	\$233.280	\$251.942	\$272.098
	Banner WEB	4	\$350.000	\$1.400.000	\$1.512.000	\$1.632.960	\$1.763.597	\$1.904.685
	Pauta medio radial	8	\$500.000	\$4.000.000	\$4.320.000	\$4.665.600	\$5.038.848	\$5.441.956
	Pauta medio escrito (Volantes)	20	\$400.000	\$8.000.000	\$8.640.000	\$9.331.200	\$10.077.696	\$10.883.912
	Vallas y avisos publicitarios	7	\$350.000	\$2.450.000	\$2.646.000	\$2.857.680	\$3.086.294	\$3.333.198
Relaciones públicas	Eventos empresariales	3	\$600.000	\$1.800.000	\$1.944.000	\$2.099.520	\$2.267.482	\$2.448.880
Fuerza externa de venta	(4 pers) (\$50.000 c/u)	5	\$500.000	\$2.500.000	\$2.700.000	\$2.916.000	\$3.149.280	\$3.401.222
Provisión para gastos de ventas	Gastos adicionales (2% - 5%)	10	\$350.000	\$4.200.000	\$4.536.000	\$4.898.880	\$5.290.790	\$5.714.054
TOTAL CONSOLIDADO				\$24.550.000	\$26.514.000	\$28.635.120	\$30.925.930	\$33.400.004
Promedio mensual				\$2.045.833				

Fuente: Elaboración por autoras

Costos fijos

Teniendo en cuenta la sumatoria de gastos administrativos y gastos de venta, se mostrará continuación los costos fijos estimados que tendrá en cuenta el plan de negocio del restaurante museo tradición, para el cálculo de los costos fijos.

Tabla 20.

Costos fijos estimados a 5 años

Costos fijos							
Concepto	Valor mensual	Valor año 2019	Valor año 2020	Valor año 2021	Valor año 2022	Valor año 2023	Valor año 2024
Arriendo	\$ 1.700.000	\$ 20.400.000	\$ 22.032.000	\$ 23.794.560	\$ 25.698.125	\$ 27.753.975	\$ 29.974.293
Servicios públicos	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.960.000	\$ 13.996.800	\$ 15.116.544	\$ 16.325.868	\$ 17.631.937
Nómina del personal	\$ 9.913.437	\$ 118.961.243	\$ 128.478.143	\$ 138.756.394	\$ 149.856.906	\$ 161.845.458	\$ 174.793.095
Procesos publicitarios (promedio)	\$ 2.045.833	\$ 24.550.000	\$ 26.514.000	\$ 28.635.120	\$ 30.925.930	\$ 33.400.004	\$ 36.072.004
Provisión gastos administrativos	\$ 300.000	\$ 3.600.000	\$ 3.888.000	\$ 4.199.040	\$ 4.534.963	\$ 4.897.760	\$ 5.289.581
Total costos fijos	\$14.959.270	\$179.511.243	\$193.872.143	\$209.381.914	\$226.132.467	\$244.223.065	\$263.760.910

Fuente: Elaboración por autoras

Punto de equilibrio

Obtenidos los cálculos de los costos fijos, se procede con el análisis del punto de equilibrio para la determinación de las ventas mínimas que se deberían tener periodo a periodo para cubrir las necesidades operativas en el día a día del plan de negocio.

Tabla 21.

Definición de líneas comerciales

Línea comercial	Sublínea de producto	Sublínea alimentaria	CU	PVP	MC. REAL
Línea 1. Entradas	Plátanos en salsa de queso	N/A	\$ 6.239	\$ 10.000	\$ 3.761
	Fritos de la costa	N/A	\$ 10.669	\$ 14.000	\$ 3.331

Línea comercial	Sublínea de producto	Sublínea alimentaria	CU	PVP	MC. REAL
	Patacones con ahogado	N/A	\$ 2.680	\$ 6.000	\$ 3.320
Línea 2. Platos fuertes	Mojarra frita	N/A	\$ 16.594	\$ 27.000	\$ 10.406
	Pargo frito	N/A	\$ 20.094	\$ 35.000	\$ 14.906
	Arroz del mar	N/A	\$ 9.807	\$ 22.000	\$ 12.193
	Rollos de carne	N/A	\$ 14.708	\$ 24.000	\$ 9.292
	Pastas costa brava	N/A	\$ 6.698	\$ 22.000	\$ 15.302
	Pastas del mar	N/A	\$ 7.324	\$ 24.000	\$ 16.676
Línea 3. Jugos naturales y granizados	Jugo de mora	N/A	\$ 4.807	\$ 9.000	\$ 4.193
	Jugo de lulo	N/A	\$ 2.917	\$ 9.000	\$ 6.083
	Jugo de maracuyá	N/A	\$ 4.695	\$ 9.000	\$ 4.305
	Limonada de coco	N/A	\$ 7.517	\$ 11.000	\$ 3.483
	Limonada natural	N/A	\$ 5.917	\$ 9.000	\$ 3.083
	Cerezada	N/A	\$ 4.643	\$ 10.000	\$ 5.357
Línea 4. Cocteles	Mojito	N/A	\$ 3.283	\$ 8.000	\$ 4.717
	Piña colada	N/A	\$ 7.344	\$ 10.000	\$ 2.656
	Margarita	N/A	\$ 7.518	\$ 11.000	\$ 3.482
	Daiquirí	N/A	\$ 6.920	\$ 10.000	\$ 3.080
Línea 5. Bebidas (líneas comerciales). Cerveza	Corona	Corona	\$ 3.417	\$ 5.000	\$ 1.583
		Coronita	\$ 2.333	\$ 4.000	\$ 1.667
	Stella Artoris	N/A	\$ 3.708	\$ 6.000	\$ 2.292
	Budweiser	N/A	\$ 2.000	\$ 4.000	\$ 2.000
	Águila	Negra	\$ 2.208	\$ 4.000	\$ 1.792
		Light	\$ 2.083	\$ 4.000	\$ 1.917

Línea comercial	Sublínea de producto	Sublínea alimentaria	CU	PVP	MC. REAL
	Club Colombia	Tradicional	\$ 2.250	\$ 4.000	\$ 1.750
		Roja	\$ 2.250	\$ 4.000	\$ 1.750
		Negra	\$ 2.250	\$ 4.000	\$ 1.750
Línea 5. Bebidas (líneas comerciales). Gaseosa	Coca Cola	Tradicional	\$ 583	\$ 3.000	\$ 2.417
		Light	\$ 542	\$ 3.000	\$ 2.458
		Quatro	\$ 542	\$ 3.000	\$ 2.458
	Productos Postobón	Manzana	\$ 542	\$ 3.000	\$ 2.458
		Uva	\$ 542	\$ 3.000	\$ 2.458
		Kola	\$ 542	\$ 3.000	\$ 2.458
Naranja		\$ 542	\$ 3.000	\$ 2.458	
Línea 5. Bebidas (líneas comerciales). Agua	Agua	Brisa	\$ 625	\$ 3.000	\$ 2.375
		Manantial	\$ 667	\$ 3.000	\$ 2.333

Fuente: Elaboración por autoras

Tabla 22.

Cálculo del margen de contribución ponderado

Líneas comerciales	MC.POND	POND. DEM	PV. POND	CU. POND	COMPR
Línea 1. Entradas	\$ 3.471	25%	\$ 10.000	\$ 6.529	\$ 3.471
Línea 2. Platos fuertes	\$ 13.129	25%	\$ 25.667	\$ 12.538	\$ 13.129
Línea 3. Jugos naturales y granizados	\$ 4.417	20%	\$ 9.500	\$ 5.083	\$ 4.417
Línea 4. Cocteles	\$ 3.484	5%	\$ 9.750	\$ 6.266	\$ 3.484
Línea 5. Bebidas variadas	\$ 2.149	25%	\$ 3.632	\$ 1.482	\$ 2.149
TOTAL		100%			

Fuente: Elaboración por autoras

Tabla 23.

Margen de contribución ponderado total y Punto de equilibrio ponderado total

MCPT	\$	5.745
PEPT		2604

Fuente: Elaboración por autoras

Tabla 24.

Consolidados y supuestos de punto de equilibrio

Líneas comerciales	PEM. UDS	PEM. \$	SUBLINEAS	PEM. SUB. UDS	PEM. SUB \$	PE. DIAR. UDS	PE. DIAR. \$
Línea 1. Entradas	651	\$ 2.259.339	4	163	\$ 564.835	22	\$ 75.311
Línea 2. Platos fuertes	651	\$ 8.546.841	6	108	\$ 1.424.473	22	\$ 284.895
Línea 3. Jugos naturales y granizados	521	\$ 2.300.481	6	87	\$ 383.413	17	\$ 76.683
Línea 4. Cocteles	130	\$ 453.571	4	33	\$ 113.393	4	\$ 15.119
Línea 5. Bebidas variadas	651	\$ 1.399.039	19	34	\$ 73.634	22	\$ 46.635
TOTAL	2604	\$ 14.959.270				TOTAL DÍA	\$ 498.642
						TOTAL MES	\$ 14.959.270

Fuente: Elaboración por autoras

Tabla 25.

Punto de equilibrio mensual y anual en unidades

Líneas comerciales	PEM. UDS	Venta anual
Línea 1. Entradas	651	7812
Línea 2. Platos fuertes	651	7812
Línea 3. Jugos naturales y granizados	521	6249
Línea 4. Cocteles	130	1562
Línea 5. Bebidas variadas	651	7812

Fuente: Elaboración por autoras

Análisis de supuestos económicos

Todos los supuestos económicos y técnicos señalados a lo largo del documento del plan de negocio del restaurante del museo tradición, se sintetizan en la siguiente matriz de supuestos económicos.

Tabla 26.

Análisis de supuestos económicos

	Undad.	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Vari. Macroeco							
Inflación	%	6,50%	6,50%	6,00%	6,00%	6,00%	5,50%
Devaluación	%	3,00%	3,00%	3,50%	3,50%	3,50%	4,00%
IPP	%	5,00%	5,00%	5,50%	5,50%	5,50%	6,00%
Crecimiento PIB	%	3,00%	3,50%	3,50%	4,00%	4,00%	4,00%
DTF T.A.	%	1,50%	2,00%	2,00%	2,50%	2,50%	3,00%
Ventas, Costos y Gastos							
Precio x Producto							
Prec. Prod 1	\$/ unid.	10.000	10.800	11.664	12.597	12.597	13.605
Prec. Prod 2	\$/ unid.	25.667	27.720	29.938	32.333	32.333	34.919
Prec. Prod 3	\$/ unid.	9.500	10.260	11.081	11.967	11.967	12.925
Prec. Prod 4	\$/ unid.	9.750	10.530	11.372	12.282	12.282	13.265
Prec. Prod 5	\$/ unid.	3.632	3.922	4.236	4.575	4.575	4.941
Unid. Vendidas x Producto							
Vent. Prod 1	unid.	7.812	8.437	9.112	9.841	9.841	10.628
Vent. Prod 2	unid.	7.812	8.437	9.112	9.841	9.841	10.628
Vent. Prod 3	unid.	6.249	6.749	7.289	7.872	7.872	8.502
Vent. Prod 4	unid.	1.562	1.687	1.822	1.968	1.968	2.126
Vent. Prod 5	unid.	7.812	8.437	9.112	9.841	9.841	10.628
Total Ventas							
Precio Promedio	\$	12.212,1	13.189,0	14.244,1	15.383,7	15.383,7	16.614,4
Ventas	unid.	31.247	33.747	36.447	39.362	39.362	42.511
Ventas	\$	381.591.484,7	445.088.307,7	519.151.002,1	605.537.728,9	605.537.728,9	706.299.207,0
Rebajas en Ventas							
Rebaja	% ventas						
Pronto pago	\$	0	0	0	0	0	0
Costos Unitarios M.P.							

Costo. MP Prodto 1	\$ / unid.		6.529	7.052	7.616	8.225	8.883
Costo. MP Prodto 2	\$ / unid.		12.538	13.541	14.624	15.794	17.057
Costo. MP Prodto 3	\$ / unid.		5.083	5.489	5.928	6.403	6.915
Costo. MP Prodto 4	\$ / unid.		6.266	6.768	7.309	7.894	8.525
Costo. MP Prodto 5	\$ / unid.		1.482	1.601	1.729	1.867	2.017
Costos Unitarios Mano de Obra							
Costo. MO Prodto 1	\$ / unid.						
Costo. MO Prodto 2	\$ / unid.						
Costo. MO Prodto 3	\$ / unid.						
Costo. MO Prodto 4	\$ / unid.						
Costo. MO Prodto 5	\$ / unid.						
Costos Variables Unitarios							
M.P. (Costo Promdio)	\$ / unid.		6.467,2	6.984,5	7.543,3	8.146,8	8.798,5
M.O. (Costo Promdio)	\$ / unid.		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
M.P. y M.O.	\$ / unid.		6.467,2	6.984,5	7.543,3	8.146,8	8.798,5
Otros Costos de Fabricación							
Otros Costos de Fabricación	\$		0	0	0	0	0
Costos Producción Inventariables							
M.P.	\$		202.080.241	235.706.394	274.927.937	320.675.946	374.036.424
Mano de Obra	\$		0	0	0	0	0
M.P. y M.O.	\$		202.080.241	235.706.394	274.927.937	320.675.946	374.036.424
Depreciación	\$		5.552.910	6.009.699	6.465.681	6.949.022	7.426.168
Agotamiento	\$		0	0	0	0	0
Total	\$		207.633.151	241.716.093	281.393.618	327.624.968	381.462.592
Margen Bruto	\$		45,59%	45,69%	45,80%	45,90%	45,99%
Gastos Operacionales							
Gastos de Ventas	\$		24.550.000	26.514.000	28.635.120	30.925.930	33.400.004
Gastos Administración	\$		155.561.243	168.006.143	181.446.634	195.962.365	211.639.354
Total Gastos	\$		180.111.243	194.520.143	210.081.754	226.888.295	245.039.358
Capital de Trabajo							
Cuentas por cobrar							
Rotación Cartera Clientes	Días.						
Cartera Clientes	\$		0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar	%		0%	0%	0%	0%	0%
Inventarios							
Invent. Prod. Final Rotación	días costo						
Invent. Prod. Final	\$		0	0	0	0	0

Invent. Prod. en Proceso Rotación	días						
Invent. Prod. Proceso	\$		0	0	0	0	0
Invent. M.P. Rotación	días compras						
Invent. M.P.	\$		0	0	0	0	0
Total Inventario	\$		0	0	0	0	0
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar							
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	\$	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados							
Gastos Anticipados	\$						
Cuentas por Pagar							
Cuent. X Provee	días						
Cuent. X Provee	\$		0	0	0	0	0
Acreeedores Varios	\$						
Acreeedores Varios (Var.)	\$		0	0	0	0	0
Otros Pasivos	\$						
Inversiones (Inicio Período)							
Terrenos	\$						
Construcciones y Edificios	\$						
Maquinaria y Equipo	\$	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000
Muebles y Enseres	\$	12.080.000					
Equipo de Transporte	\$						
Equipos de Oficina	\$	13.090.000					
Semovientes pie de Cria	\$						
Cultivos Permanentes							
Total Inversiones	\$		900.000	900.000	900.000	900.000	900.000
Otros Activos							
Valor Ajustado	\$	0	0	0	0	0	0
Impuestos							
Renta							
Renta Presuntiva sobre patrimonio Líquido	%						
Renta Presuntiva	%						
Estructura de Capital							
Capital Socios	\$	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
Capital Adicional Socios	\$		0	0	0	0	0
Obliga. Fondo Emprender	\$	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
Obliga. Financieras	\$						

Dividendos						
Utilidades Repartibles	\$	-	-	1.270.108	26.009.417	71.071.435
Dividendos	%	0%	0%	0%	0%	0%
Dividendos	\$	-	-	-	-	-

Fuente: Matriz financiera del fondo emprender

Estados financieros

Con base de los supuestos económicos mencionados anteriores, se relacionan a continuación los estados financieros del presente plan de negocio del restaurante museo tradición.

Tabla 27.

Balance general

	2022	2023	2024	2025	2026	2027
BALANCE GENERAL						
Activo Corriente						
Efectivo	33.930.000	32.430.000	46.391.771	79.633.082	136.706.570	223.029.995
Cuentas X Cobrar	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas x Cobrar		0	0	0	0	0
Inventa. M.P. e Insumos	0	0	0	0	0	0
Inventa. De Prod. en Proc.	0	0	0	0	0	0
Inventarios Prod. Term.	0	0	0	0	0	0
Antici. y Otras Cuentas x Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados Neto	0	0	0	0	0	0
Total Activo Corriente:	33.930.000	32.430.000	46.391.771	79.633.082	136.706.570	223.029.995
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios Neto	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo de Operación Neto	900.000	1.725.300	2.495.934	3.186.279	3.797.840	4.298.306
Muebles y Enseres Neto	12.080.000	10.292.160	8.220.863	5.809.410	3.078.987	0
Equipo de Trans. Neto	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina Neto	13.090.000	11.152.680	8.908.203	6.295.130	3.336.419	0
Semovientes pie de cria	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Total Activos Fijos:	26.070.000	23.170.140	19.625.000	15.290.819	10.213.246	4.298.306
Total Otros A. F.	0	0	0	0	0	0

TOTAL ACTIVO	60.000.000	55.600.140	66.016.771	94.923.901	146.919.816	227.328.302
Pasivo						
Cuentas X Pagar Provee.	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	0	0	0	0	0
Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Otros pasivos a LP		0	0	0	0	0
Obliga. F.E. (Contingente)	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
TOTAL PASIVO	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
Patrimonio						
Capital Social	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	0	846.663	3.595.475	8.602.366
Utilidades Retenidas	0	0	-6.349.860	1.270.108	26.009.417	71.071.435
Utilidades del Ejercicio	0	-6.349.860	8.466.631	27.488.121	50.068.909	77.130.217
Revalorización patrimonio	0	1.950.000	3.900.000	5.319.008	7.246.015	10.524.284
TOTAL PATRIMONIO	30.000.000	25.600.140	36.016.771	64.923.901	116.919.816	197.328.302
TOTAL PAS + PAT	60.000.000	55.600.140	66.016.771	94.923.901	146.919.816	227.328.302

Fuente: Matriz financiera del fondo emprendedor

Tabla 28.

Estados de resultado

	2023	2024	2025	2026	2027
ESTADOS DE RESULTADOS					
Ventas	381.591.485	445.088.308	519.151.002	605.537.729	706.299.207
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
M. P. y M. O.	202.080.241	235.706.394	274.927.937	320.675.946	374.036.424
Depreciación	5.552.910	6.009.699	6.465.681	6.949.022	7.426.168
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	0	0	0	0	0
Utilidad Bruta	173.958.333	203.372.215	237.757.384	277.912.761	324.836.615
Gasto de Ventas	24.550.000	26.514.000	28.635.120	30.925.930	33.400.004
Gastos de Administración	155.561.243	168.006.143	181.446.634	195.962.365	211.639.354
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
Utilidad Operativa	-6.152.910	8.852.072	27.675.629	51.024.466	79.797.257
Otros ingresos					
Intereses	0	0	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
Revalorización de Patrimonio	-1.950.000	-1.950.000	-1.419.008	-1.927.006	-3.278.269

Ajus. Activos no Monetarios	1.753.050	1.925.498	1.946.913	2.117.728	2.107.225
Ajus. Depreci. Acumulada	0	-360.939	-715.413	-1.146.279	-1.495.997
Ajus. Amortiza. Acumulada	0	0	0	0	0
Ajus. Agotamto. Acumulada	0	0	0	0	0
Total Corrección Monetaria	-196.950	-385.441	-187.508	-955.557	-2.667.041
Utilidad antes de impuestos	-6.349.860	8.466.631	27.488.121	50.068.909	77.130.217
Impuestos (35%)	0	0	0	0	0
Utilidad Neta Final	-6.349.860	8.466.631	27.488.121	50.068.909	77.130.217

Fuente: Matriz financiera del fondo emprender

Tabla 29.

Flujo de caja proyectado

	2023	2024	2025	2026	2027
FLUJO DE CAJA PROYECADO					
Flujo de Caja Operativo					
Utilidad Operacional	-6.152.910	8.852.072	27.675.629	51.024.466	79.797.257
Depreciaciones	5.552.910	6.009.699	6.465.681	6.949.022	7.426.168
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
Agotamiento	0	0	0	0	0
Provisiones	0	0	0	0	0
Impuestos	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Operativo	-600.000	14.861.771	34.141.311	57.973.488	87.223.425
Flujo de Caja Inversión					
Variación Cuentas x Cobrar	0	0	0	0	0
Variación Inv. M. P. e insumos	0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. En Proceso	0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. Terminados	0	0	0	0	0
Var. Antí. y otrs Cuentas x Cobrar	0	0	0	0	0
Otros Activos	0	0	0	0	0
Variación Cuentas x Pagar	0	0	0	0	0
Variación Acreedores Varios	0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos	0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	0	0	0	0
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0
Inversión en Mqaria. y Equipo	-900.000	-900.000	-900.000	-900.000	-900.000
Inversión en Muebles	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	0	0	0	0	0
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0
Inversión Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0

Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-900.000	-900.000	-900.000	-900.000	-900.000
Neto Flujo de Caja Inversión	-900.000	-900.000	-900.000	-900.000	-900.000
Flujo de Caja Financiamiento					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo	0	0	0	0	0
Intereses Pagados	0	0	0	0	0
Dividendos Pagados	0	0	0	0	0
Capital	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	0	0	0	0	0
Neto Periodo	-1.500.000	13.961.771	33.241.311	57.073.488	86.323.425
Saldo anterior	33.930.000	32.430.000	46.391.771	79.633.082	136.706.570
Saldo siguiente	32.430.000	46.391.771	79.633.082	136.706.570	223.029.995

Fuente: Matriz financiera del fondo emprendedor

Criterios de decisión financiera

Una vez realizado el análisis económico y financiero del presente plan de negocio, se pueden observar los resultados positivos que sustentan la viabilidad técnica, comercial y operativa del proyecto en el largo plazo teniendo en cuenta los flujos futuros a nivel de ingresos y egresos, contrastando la inversión inicialmente efectuada.

Tabla 30.

Criterios económicos y financieros de decisión

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	13%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	17,07%
VAN (Valor actual neto)	7.648.816
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	2,34
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación). En meses	6 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprendedor. (AFE/AT)	50,00%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	36 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	60 mes

Fuente: Matriz financiera del fondo emprendedor

Conclusiones y logros

Teniendo en cuenta todos los datos obtenidos a través de la investigación y el planteamiento del plan de negocio, partiendo del interrogante planteado, ¿Resulta viable la formulación de un plan de negocios para la creación de un proyecto gastronómico con un enfoque totalmente tradicional especializado en comida típica local, dentro de la ciudad de Santa Marta?, se aprecia que el sector gastronómico es uno de los que más aporta a el país, en cuanto a generación de empleo y del crecimiento nacional, lo que hace a un restaurante una de las mejores opciones al momento de querer emprender y surgir dentro del mundo empresarial.

Se demuestra que, con una buena organización, planteamiento y conocimiento respecto al tema, se tiene lo necesario para la creación o el montaje de un negocio, todo esto teniendo en cuenta que el planteamiento financiero es una parte fundamental para la creación de un negocio y que realizando proyecciones y demás, se verá que tan factible o rentable es dicho negocio.

Es importante no sólo tener lo antes mencionado para el planteamiento de un negocio, sino que, además, se debe reconocer mis gustos de los futuros clientes, establecer y reconocer la zona donde se pretende que estará ubicado el proyecto y si todos estos factores se encuentran a favor, se podrá disponer de todos los recuerdos necesarios para el montaje de un plan de negocio.

En el estudio de mercado se lograron identificar las características del entorno, se determinaron las coberturas del mercado potencial y objetivo por medio de criterios estructurales técnicos definidos, Se realizó un análisis de la competencia y se plantearon

como estrategias de marketing las “4p”. Teniendo como eje fundamental, el restaurante museo tradición brindará un excelente servicio basado en una cálida atención al cliente, además, se implementará un esquema de servicio adecuado de acuerdo a los perfiles de los clientes potenciales y objetivos. Acompañado de platos con sabores tradicionales y a la vez novedosos. Teniendo una gran variedad de productos para ofrecer, sin dejar de lado la relación estricta del precio – producto.

En el estudio Técnico, por medio del diagrama de flujo diseñado, se evidencia el proceso general de cada línea de producción y el perfil de capital humano que se va a requerir. Se logró realizar la contextualización de las fichas técnicas con las especificaciones de cada producto que será ofertado por el restaurante museo tradición. Se definió la localización del restaurante.

Por último, con la realización del estudio económico-financiero, se muestra, la viabilidad financiera del plan de negocio del restaurante museo tradición, se presentaron los costos, gastos, ingresos y utilidades requeridas, teniendo en cuenta lo anterior se pudo obtener una TIR del 17,07%, un VAN de \$ 7.648.816, mostrando un resultado que viabiliza la propuesta desde el punto de vista económico-financiero.

En cuanto a los logros entorno a la formulación del presente proyecto se destacan los siguientes aspectos:

Se estableció un modelo operativo y los componentes gastronómicos que van a disponer todos los platos de la carta con la cual se iniciará las operaciones del restaurante museo tradición.



Se establecieron cuáles serán las necesidades técnico – operativas principales para la adecuación del restaurante museo tradición a nivel físico, para así, iniciar a ejecutar dichas operaciones.

Se determinaron los gastos de puesta en marcha, los cuales servirán como base para dar inicio a las actividades del restaurante museo tradición.

Por último, con las previsiones económico – financieras se logró determinar la viabilidad desde lo comercial, técnico y operacional de la propuesta del plan de negocio del restaurante museo tradición a largo plazo.



Referencia Bibliográfica

- Angarita y Velasquez . (2016). *Creacion de un Restaurante de Comida Tipica de la costa en la Ciudad de Ocaña* . Ocaña:
<http://repositorio.ufpso.edu.co/jspui/bitstream/123456789/1997/1/28683.pdf>.
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Colombia: Pearson.
- biblioteca.udgvirtual.udg.mx. (2021). *biblioteca.udgvirtual.udg.mx*. Obtenido de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/portal/clasificacion-general-de-las-fuentes-de-informacion>
- Bravo, Burbano, Hoyos y Pinchao. (2019). *Estudio para la creación de un restaurante de comida típica denominado vive Nariño en la ciudad de sanjuán de pasto*. San Juan de Pasto:
<https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/8494/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Caracol.com.co. (02 de 01 de 2022). *Caracol radio santa marta* . Obtenido de Turismo y Gastronomía:
https://caracol.com.co/emisora/2022/01/02/santa_marta/1641145133_368069.html
- Castillo y Henao. (2016). *Restaurante Tematoca Gourmet Tradicional*. Sincelejo Sucre:
<https://repositorio.unisucre.edu.co/bitstream/handle/001/592/T658.11%20C352.pdf?sequence=1>.
- celee.uao.edu.co. (2021). *celee.uao.edu.co*. Obtenido de <https://celee.uao.edu.co/antecedentes-de-investigacion/>
- Citur.gov.co. (2021). *Citur.gov.co*. Obtenido de Centro de informacion turisrica de colombia :
https://www.citur.gov.co/estadisticas/df_viajeros_ciudad_destino/all/2#gsc.tab=0
- Clavijo y Chavez. (2015). *Proyecto Creacion Restaurante Comida Caribeña*. Bogota:
<https://repository.libertadores.edu.co/bitstream/handle/11371/767/ChavezFalconMartinAlonso.pdf?sequence=2&isAllowed=y>. Obtenido de <file:///C:/Users/pc/Downloads/ChavezFalconMartinAlonso.pdf>
- Del Cid, A., Méndez, R., & Sandoval, F. (2011). *Investigación, Fundamentos y Metodología*. México: Pearson.
- Economipedia.com. (25 de 03 de 2017). *4 P's del marketing*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/4-ps-del-marketing.html>
- expansion.com. (2022). *expansion.com*. Obtenido de Gastos de puesta en marcha: <https://www.expansion.com/diccionario-economico/gastos-de-puesta-en-marcha.html#:~:text=1.,per%C3%ADodo%20m%C3%A1ximo%20de%20cinco%20ejercicios>.
- foro-ciudad.com. (1 de 01 de 2021). *foro-ciudad.com*. Obtenido de Evolución de la población desde 1900 hasta 2021.: <https://www.foro-ciudad.com/badajoz/santa-marta/habitantes.html>



- Gerencie.com. (03 de 01 de 2022). *Gerencie.com*. Obtenido de Nómina:
<https://www.gerencie.com/nomina.html>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2010). En *Metodología de la investigación* (pág. 80). México: McGRAW-HILL.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2017). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- institucionalcolombia.com. (2022). *institucionalcolombia.com*. Obtenido de Región Caribe: tradición, herencia y sabor.: <https://www.institucionalcolombia.com/tendencias-gastronomicas/platos-tipicos-region-caribe-colombiana/>
- investigaliacr.com. (2021). *investigaliacr.com*. Obtenido de <https://investigaliacr.com/investigacion/marco-metodologico-de-investigacion/>
- markinvestigacion.wordpress.com. (2019). *markinvestigacion.wordpress.com*. Obtenido de <https://markinvestigacion.wordpress.com/2019/01/07/que-es-el-marco-metodologico-de-una-investigacion/>
- Mincit.gov.co. (20 de 11 de 2021). *Mincit.gov.co*. Obtenido de Noticia de turismo : <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/pib-de-alojamiento-en-el-tercer-trimestre-del-ano>
- obsbusiness.school. (23 de 04 de 2021). *obsbusiness.school*. Obtenido de Estudio financiero: en qué consiste y cómo llevarlo a cabo: <https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-que-consiste-y-como-llevarlo-cabo>
- Quebedo, S. (03 de 08 de 2021). *Revistapym.com*. Obtenido de Así va la digitalización de los restaurantes en Colombia y Latam: <https://revistapym.com.co/mercadeo/asi-va-la-digitalizacion-de-los-restaurantes-en-colombia-y-latam#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Acodres%2C%20en%20el%20pa%C3%ADs%ADs>
- Rincón, M. C. (13 de 05 de 2020). *Larepublica.co*. Obtenido de Por efecto de la pandemia del covid-19 han cerrado 22.000 de 90.000 restaurantes: <https://www.larepublica.co/ocio/por-la-crisis-actual-cerraron-de-manera-definitiva-22000-de-90000-restaurantes-3004985>
- Samaniago, A. I. (2019). *Plan de negocios para la creación de un restaurante de comida internacional de primera categoría, ubicado en el centro histórico de Latacunga - Ecuador*. Latacunga – Ecuador: <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/10489>.
- superprof.co. (10 de 02 de 2021). *superprof.co*. Obtenido de Colombia tiene una gran historia oculta en su gastronomía.: <https://www.superprof.co/blog/gastronomia-colombiana-historia#:~:text=Espa%C3%B1oles%20y%20africanos%20se%20juntaron,%C3%A1rabes%20y%20alemanas%20entre%20otras>.
- Vázquez, D. (06 de 09 de 2018). *La Vanguardia*. Obtenido de Así es como nació el primer restaurante de la historia: <https://www.lavanguardia.com/comer/sitios/20180906/451384675191/primer-restaurant-historia-origen.html?facet=amp>

Anexos

Anexo 1.

Encuesta de reconocimiento (Restaurante museo tradición)

La presente encuesta tiene como objetivo establecer la necesidad de llevar a cabo el plan de negocio para la creación del restaurante museo tradición, este se encuentra enfocado en el sector gastronómico, en el cual la idea es resaltar las comidas típicas de la región.

1. ¿En la ciudad de santa marta es importante que encuentres todo tipo de platos típicos de la costa en un solo lugar?
 - Si.
 - No.
 - Tal vez.

2. ¿Es importante la gastronomía típica de la costa caribe?
 - Si.
 - No.
 - Tal vez.

3. ¿Con que frecuencia asistes a un restaurante?
 - Una vez por semana.
 - Una vez al mes.
 - Todos los días.
 - Cada 2 meses o más.

4. ¿Qué elementos influyen al momento de elegir un restaurante?

- Precio.
- Buena atención.
- Ambiente agradable.
- Ubicación.
- Sazón.
- Todas las anteriores.

5. ¿Qué tan innovador ve usted un restaurante museo donde se resalte la gastronomía de la costa caribe?

- Buena.
- Muy buena.
- Mala.
- Mala idea.

6. ¿Cree usted que es importante la atención del camarero al momento de dirigirse al consumidor?

- Si.
- No.
- Tal vez.

7. ¿Uno de los puntos más importantes en el momento de llegar a un restaurante es la presentación de cada plato?

- Si.
- No.
- Tal vez.

8. ¿Qué tan importante es para usted la orden de salida de cada pedido?

- Importante.
- No es relevante.

9. ¿Cree usted que el precio de cada producto influye en la satisfacción del cliente?

- Si.
- No.
- Tal vez.

10. ¿La anterior idea de negocio podría llegar una estrella Michelin?

- Si.
- No.
- Tal vez.