

Plan de negocios para un restaurante especializado en menús para condiciones de salud,
en la ciudad de San Juan de Pasto

Juan Pablo Carlosama Mirama, Frankin Loaiza Ferla y Giovanni Esteban Tello Delgado

Programa de Contaduría Pública, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Universidad
CESMAG

Nota del autor

El presente Trabajo de Grado tiene como propósito cumplir el requisito exigido para
optar al título de pregrado como contador público en la Universidad CESMAG.

La correspondencia referente a este trabajo debe dirigirse al Programa de Contaduría Pública de
la Universidad CESMAG. Correo electrónico: contaduria@unicesmag.edu.co

Plan de negocios para un restaurante especializado en menús para condiciones de salud, en la ciudad de San Juan de Pasto

Juan Pablo Carlosama Mirama, Frankin Loaiza Ferla y Giovanny Esteban Tello Delgado

Programa de Contaduría Pública, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Universidad CESMAG

Asesor: Mg. Diana Gicela Villota Ortega

San Juan de Pasto

31 de julio de 2026

Nota de aceptación

Jurado 1

Jurado 2

Con profundo agradecimiento, dedico este logro a las personas que han sido la luz en mi camino.

A mi madre, que desde el cielo sigue acompañando cada uno de mis pasos. Su amor, su ejemplo y sus enseñanzas permanecen vivos en mí y han sido la fuerza que me impulsan a no rendirme.

A mi padre, por su apoyo incondicional, su sacrificio y su confianza en mis capacidades. Gracias por ser mi respaldo en todo momento.

A mis hermanos, por su cariño, comprensión y por estar siempre presentes, compartiendo conmigo cada etapa de este proceso.

A mi tío, quien me brindó su apoyo durante mis estudios, abriéndome las puertas de su hogar y ofreciéndome su confianza y generosidad.

Este logro no es solo mío, sino de todos ustedes, quienes hicieron posible que hoy alcance esta meta.

A Dios, por darme la fortaleza para llegar hasta este momento.

A todos ellos, gracias por hacer posible este sueño.

Franklin Loaiza

Con todo el agradecimiento del mundo quiero dar gracias a Dios por darme el don del aprendizaje y a las personas que han sido parte de mis procesos dándome su apoyo, aunque sea de la manera más mínima quiero agradecerles, pero sobre todo a mi mamá que ha soportado algunas veces mis irresponsabilidades y también a mi tío que fue quien me dio su apoyo de manera incondicional y también me gustaría agradecer a mi papá que en donde quiera que este sé que me está cuidando como solo él sabe hacerlo.

Esteban Tello

A Dios todo poderoso porque es nuestro padre porque sin él nada es posible.

A mis padres que son los pilares fundamentales de mi vida, que no me han desamparado en ningún momento pues me han brindado todo y más de ellos sin ninguna retribución esperada desde el día uno me enseñó a ir un paso adelante teniendo presente de donde uno viene, sin olvidarse de las raíces teniendo responsabilidad, respeto y humildad siempre donde quiera que esté.

A mis hermanos que con sus consejos y ejemplo de vida aportan mucho a la mía que me apoyan a pesar de todo.

*A mi novia que desde que llegó a mi vida la manera de vivir de pensar y actuar ha cambiado para bien, cada día su apoyo incondicional sus ánimos no dejan rendirme no me dejan caer, ella sin duda es mi ancla en aguas muy turbulentas
Este logro es fruto por y para ellos.*

Juan Pablo Carlosama

Agradecimientos

Al culminar esta importante etapa de nuestras vidas académicas, deseamos expresar nuestro más profundo agradecimiento a todas las personas que, de contribuyeron a la realización de este trabajo de grado y a nuestra formación profesional y personal.

En primer lugar, agradecemos a Dios, por brindarnos salud, fuerza y sabiduría en cada paso del camino. Sin su guía, este logro no habría sido posible. A la Universidad Cesmag, por todos los conocimientos y enseñanzas brindados durante los años de nuestra formación académica. A los docentes de la facultad, por compartir sus conocimientos, por fomentar en nosotros el pensamiento crítico, por sembrarnos la pasión por aprender y además tener una visión empresarial y emprendedora.

A la Magister Diana Gicela Villota Ortega, por ser nuestra asesora y brindarnos sus conocimientos, paciencia, ya que reconocemos nos ha faltado más compromiso y ella con su forma de ser que ha sido paciente y ha brindado su comprensión y ayuda durante este proceso. A nuestras familias y amigos por sus palabras de ánimo, su paciencia y su confianza en nosotros, por ser un refugio emocional durante los momentos de estrés y por su comprensión.

Y a todas aquellas personas que, aunque no podemos mencionar individualmente, aportaron su granito de arena en este proceso. Gracias por estar.

Resumen ejecutivo

Este proyecto se presenta como un informe final de trabajo de grado denominado “Plan de negocios para un restaurante especializado en menús para condiciones de salud, en la ciudad de San Juan de Pasto”. El objetivo del proyecto es establecer la creación de un restaurante especializado en menús para condiciones de salud, en la ciudad de San Juan de Pasto. La meta es ofrecer un servicio que brinde una experiencia culinaria excepcional a personas con condiciones de salud específicas y a aquellas personas que buscan una alimentación saludable y controlada, nuestro enfoque principal será la creación de menús personalizados y balanceados, diseñados bajo la supervisión de profesionales como un chef y un nutricionista, para atender necesidades como diabetes, hipertensión y trastornos alimenticios.

El presente proyecto comprende la descripción de la oportunidad del mercado, que aborda la creación del plan de negocios para un restaurante especializado en menús para condiciones de salud, en la ciudad de San Juan de Pasto, resaltando su importancia como una innovación en el mercado. Detalla los objetivos que incluyen la realización de un estudio de mercado para determinar y cuantificar las variables de demanda, oferta, precios y canales de distribución del consumo de platillos saludables en la ciudad de San Juan de Pasto. También describe el segmento de mercado al que va dirigido el plan de negocios. Se conoce la oferta, la demanda, características y preferencias de los clientes, competencia y mercado insatisfecho, y la estrategia de marketing para promocionar el plan de negocios. De igual manera comprende la identificación de posibles incidencias que pueden dar un beneficio como también afectar el plan de negocios, como las incidencias económicas, así como el impacto ambiental. Destacando la importancia de la responsabilidad social, las condiciones laborales y otros aspectos relevantes.

Tabla de contenido

1. Titulo.....	17
1.1. Descripción de la oportunidad de mercado	17
2. Objetivos	19
2.1. Objetivo general	19
2.2. Objetivos específicos	19
3. Concepto de negocio.....	19
3.1. En que consiste el negocio.....	19
3.2. Identificación de bienes y servicios	20
4. Análisis del mercado.....	21
4.1. Investigación del mercado	21
4.1.1. Fuentes de recolección de información	21
4.1.1.3. Fuentes Terciarias	21
4.1.2. Población y muestra	21
4.1.3. Técnicas e instrumentos de recolección	22
4.1.4. Análisis e interpretación de la información.....	23
4.2. Análisis de la demanda	44
4.2.1. Identificación de las características de la demanda.....	44
4.2.2. Cálculo de la proyección de la demanda.....	44
4.3. Análisis de la competencia	47
4.3.1. Identificación de las características de la oferta.....	47
4.3.2. Cálculo y proyección de la oferta.....	48
4.4. Determinación del mercado insatisfecho.....	50
4.5. Estrategia de mercadeo	50
4.5.1. Producto	50
4.5.2. Precio.....	53

4.5.3. Plaza	54
4.5.4. Publicidad.....	54
4.6. Presupuesto de la mezcla de mercadeo.....	58
5. Plan de operaciones.....	58
5.1. Ficha técnica de productos y/o servicios	58
5.2. Localización e identificación del tamaño del negocio.....	61
5.3. Descripción de procesos de producción, ventas y servicios.....	64
5.4. Distribución física e ingeniería del proyecto	68
5.5. Necesidades y requerimientos	71
5.6. Plan de producción y operación.....	72
6. Aspectos organizacionales	73
6.1. Estructura organizacional	73
6.2. Descripción de funciones.....	74
6.3. Normativa	82
6.3.1. Normatividad empresarial	82
6.3.2. Normativa Tributaria.....	86
6.3.3. Normativa técnica	87
6.3.4. Normatividad Laboral	89
6.3.5. Normativa ambiental	91
7 Plan Financiero	91
7.1. Estudio económico	92
7.1.1. Determinación de inversiones.	92
7.1.2. Cálculo de costos y gastos.....	94
7.1.3. Cálculo y proyección de los ingresos.....	98
7.1.4. Identificación del punto de equilibrio	99

7.1.5. Estados financieros.....	101
7.2. Evaluación financiera	107
7.2.1. Indicadores de rentabilidad financiera	107
8. Identificación de incidencias.....	109
8.1. Incidencias económicas	109
8.2. Incidencias ambientales	110
8.3. Incidencias sociales	111
Conclusiones	113
Recomendaciones	115

Lista de figuras

Figura 1 <i>Morbilidad en Pasto</i>	18
Figura 2 <i>Género de los encuestados</i>	23
Figura 3 <i>Edades</i>	24
Figura 4 <i>Elección de alimentación Salud</i>	25
Figura 5 <i>Criterio de elección restaurante</i>	26
Figura 6 <i>Tipos de menús a elegir</i>	27
Figura 7 <i>Tipos de establecimiento</i>	28
Figura 8 <i>Existen establecimientos especiales</i>	29
Figura 9 <i>Creación del restaurante</i>	30
Figura 10 <i>Posible precio de pago</i>	31
Figura 11 <i>Frecuencia asistencia a restaurante</i>	32
Figura 12 <i>Medio de pago</i>	33
Figura 13 <i>Medio para recibir publicidad</i>	34
Figura 14 <i>Se le aplique un descuento</i>	35
Figura 15 <i>Descuento que prefiere</i>	36
Figura 16 <i>Con quién sale a un restaurante</i>	37
Figura 17 <i>Presenta una condición de salud</i>	38
Figura 18 <i>Presenta alguna enfermedad</i>	39
Figura 19 <i>Alimentación específica</i>	40
Figura 20 <i>Cumplimiento de alimentación</i>	41
Figura 21 <i>Creación del restaurante</i>	42
Figura 22 <i>Ubicación del restaurante</i>	43
Figura 23 <i>Marca de la entidad</i>	51

Figura 24 <i>Logotipo de la marca</i>	51
Figura 25 <i>Isotipo</i>	52
Figura 26 <i>Tipografía de la marca</i>	52
Figura 27 <i>Gama cromática de la empresa</i>	52
Figura 28 <i>Slogan de la marca</i>	53
Figura 29 <i>Página web de Volcán de bienestar</i>	56
Figura 30 <i>Página Facebook</i>	57
Figura 31 <i>Diagrama flujo de procesos de producción de alimentos</i>	66
Figura 32 <i>Diagrama de flujo proceso de compra, transporte y almacenamiento de materia prima</i>	67
Figura 33 <i>Plano de distribución</i>	68
Figura 34 <i>Distribución de la bodega</i>	69
Figura 35 <i>Distribución de la cocina</i>	69
Figura 36 <i>Distribución de la barra</i>	70
Figura 37 <i>Distribución del comedor</i>	70
Figura 38 <i>Escala empresarial</i>	74
Figura 39 <i>Manual de funciones del gerente</i>	75
Figura 40 <i>Manual de funciones del nutricionista</i>	76
Figura 41 <i>Manual de funciones del contador</i>	77
Figura 42 <i>Manual de funciones del chef</i>	78
Figura 43 <i>Manual de funciones auxiliar de cocina</i>	79
Figura 44 <i>Manual funciones auxiliar de mesa</i>	80
Figura 45 <i>Manual funciones del cajero</i>	81

Figura 46 <i>Manual de funciones SS Generales</i>	82
Figura 47 <i>Grafica punto de equilibrio</i>	101

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Rango de edades Pasto</i>	22
Tabla 2 <i>Proyección de la demanda</i>	45
Tabla 3 <i>Personas por cada salida</i>	46
Tabla 4 <i>Proyección de la demanda para los próximos cinco años</i>	47
Tabla 5 <i>Análisis competencia</i>	48
Tabla 6 <i>Ventas de la competencia</i>	49
Tabla 7 <i>Proyección de la oferta para los próximos cinco años</i>	50
Tabla 8 <i>Calculó del mercado insatisfecho</i>	50
Tabla 9 <i>Publicidad</i>	55
Tabla 10 <i>Prepuestado de mercado</i>	58
Tabla 11 <i>Ficha para persona diabética</i>	59
Tabla 12 <i>Ficha para persona hipertensa</i>	60
Tabla 13 <i>Ficha para persona con trastornos alimenticios</i>	61
Tabla 14 <i>Calificación</i>	62
Tabla 15 <i>Clasificación de localización</i>	62
Tabla 16 <i>Descripción de procesos</i>	64
Tabla 17 <i>Necesidades y requerimientos</i>	71
Tabla 18 <i>Producción en número platos del primer año</i>	73
Tabla 19 <i>Producción en número de platos de los cinco años siguientes</i>	73
Tabla 20 <i>Requisitos legales</i>	89
Tabla 21 <i>Inversión inicial</i>	92
Tabla 22 <i>Inversión diferida</i>	93
Tabla 23 <i>Materia prima</i>	94

Tabla 24 <i>Personal necesario</i>	95
Tabla 25 <i>Nomina del trabajador</i>	96
Tabla 26 <i>Deducciones</i>	96
Tabla 27 <i>Elementos de aseo</i>	97
Tabla 28 <i>Costos indirectos</i>	98
Tabla 29 <i>Proyección de ingresos</i>	98
Tabla 30 <i>Punto de equilibrio</i>	99
Tabla 31 <i>Grafica punto de equilibrio</i>	100
Tabla 32 <i>Estado situación financiera</i>	101
Tabla 33 <i>Costos de producción</i>	102
Tabla 34 <i>Detalle Gastos</i>	103
Tabla 35 <i>Depreciación</i>	103
Tabla 36 <i>Financiación del proyecto</i>	104
Tabla 37 <i>Estado de resultados integral</i>	104
Tabla 38 <i>Amortización del préstamo</i>	105
Tabla 39 <i>Flujo caja de inversión</i>	106
Tabla 40 <i>Costo promedio ponderado de capital</i>	107
Tabla 41 <i>Valor presente neto</i>	108

1.Titulo

Plan de negocios para un restaurante especializado en menús para condiciones de salud, en la ciudad de San Juan de Pasto

1.1. Descripción de la oportunidad de mercado

Actualmente, la búsqueda de una adecuada alimentación se ha convertido en una oportunidad de negocio en la ciudad de San Juan de Pasto, puesto que, la sociedad de hoy en día explora establecimientos que no solo ofrezcan un buen servicio de comida, sino que, además, cuenten con un personal especializado para la elaboración de una buena dieta.

Ahora bien, teniendo en cuenta que en la población de Pasto se presentan diferentes condiciones de salud en cantidades importantes, especialmente personas que padecen diabetes, hipertensión, sobrepeso, trastornos metabólicos, desnutrición entre otras, la apertura de un restaurante especializado en menús que vayan dirigidos a estas condiciones de salud, se percibe como una oportunidad de negocios; se busca que este tipo de establecimiento preste un servicio de calidad, que a través de la alimentación contribuya en el control de las mencionadas condiciones de salud, con unos planes dieto terapéuticos diseñados para cada condición especial específica, con la intervención de un profesional en el área de la nutrición y un chef, quienes lograrán la preparación de estos platos de la manera más adecuada dependiendo de la situación particular. Además, los menús se prepararán con sabores apetitosos al paladar, que puedan animar a los clientes a consumir los diferentes platos y menús.

Cabe aclarar que el establecimiento no solo prestará el servicio a las personas con alguna condición de salud, sino que también el servicio se ofrece a todas las personas que buscan llevar una vida saludable.

A continuación, se presenta una tabla que describe la tasa de morbilidad que existe en la ciudad de Pasto, en la cual se demuestra que la apertura de un restaurante especializado en la ciudad es importante para contribuir en el control de estas enfermedades. Este estudio se lo encuentra en el boletín estadístico oficina asesora de comunicaciones y sistema en su boletín #18:

**Morbilidad en nutrición por grupo etario (diez primeras causas) Pasto salud E.S.E
del IV trimestre (octubre,**

Figura 1

Morbilidad en Pasto

Diagnósticos agrupados con CIE-10	Menor de 1 año	Entre 1 y 4 años	Entre 5 y 9 años	Entre 10 y 14 años	Entre 15 y 19 años	Entre 20 y 24 años	Entre 25 y 29 años	Entre 30 y 34 años	Entre 35 y 39 años	Entre 40 y 44 años	Entre 45 y 49 años	Entre 50 y 54 años	Entre 55 y 59 años	Mayor o igual a 60 años	Total	%
Obesidad y otros tipos de hiperalimentación	6	17	26	19	21	27	42	36	44	49	81	96	121	324	903	31.85%
Síntomas y signos generales	17	74	38	28	30	34	24	22	25	19	48	48	69	261	720	25.40%
Desnutrición	27	166	61	46	32	14	5	0	3	0	1	0	1	33	362	12.77%
Trastornos metabólicos	3	20	13	8	19	15	15	20	9	16	19	24	29	99	306	10.79%
Otros trastornos maternos relacionados principalmente con el embarazo	0	0	0	0	27	66	54	44	21	7	0	0	0	0	219	7.72%
Osteopatías y condropatías	13	58	26	13	3	0	0	0	0	0	0	0	0	1	101	3.56%
Enfermedades hipertensivas	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	4	5	10	74	95	3.35%
Diabetes mellitus	0	0	0	0	0	0	0	2	1	1	7	4	9	32	56	1.98%
Trastornos de la glándula tiroides	0	0	0	0	1	0	1	0	3	0	1	0	2	7	15	0.53%
Enfermedades del esófago, del estómago y del duodeno	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	2	2	8	0.28%
Sub Total 10 causas	66	335	164	115	133	156	141	125	108	93	162	177	243	833	2,785	98.24%
Demás Causas	1	4	3	3	5	3	2	4	1	1	3	1	4	16	50	1.76%
TOTAL	67	339	167	118	138	159	143	129	109	94	165	178	247	849	2,835	100%

Nota: Cabe aclarar que el concepto morbilidad se refiere al estado de enfermedad o la proporción de personas enfermas en una población o periodo determinado. Fuente: Sistema de información gerencial – MILPS (boletinNo18-2025_.pdf, s. f.)

Según el estudio de la revista cubana de enfermería, público un artículo sobre la “alimentación saludable”, realizado por Msc Amanda Izquierdo Hernández, Lic. Mercedes Armenteros Borrell, la Dra. Luisa Lances Cotilla y Lic. Isabel Martin González explican de una manera detallada que “las células del cuerpo requieren una nutrición adecuada para su funcionamiento normal, todos los sistemas pueden afectarse cuando hay problemas nutricionales. La nutrición adecuada es un factor fundamental para el vigor y el desempeño de una persona, y para que una persona funcione en su nivel óptimo debe consumir las cantidades adecuadas de alimentos que contengan los nutrientes esenciales para la vida humana”. (Izquierdo Hernández et al., 2004).

A diferencia de lo mencionado anterior mente según la página del laboratorio farmacéutico CINFASALUD ubicado en España da a conocer que: “los hábitos alimenticios han cambiado mucho. El estilo de vida actual, las prisas y la falta de tiempo impide a muchas personas mantener una alimentación saludable. La mayoría de las personas se nutren de manera deficiente debido a

su excesivo consumo de proteínas, grasas de origen animal, alcohol, calorías y azúcares” («Hábitos de alimentación», s. f.).

Se puede decir que en la ciudad de Pasto existe una demanda insatisfecha, según los resultados arrojados por la consulta realizada en la base de datos empresarial de Cámara de Comercio de Pasto del año 2023, no existen establecimientos registrados bajo una denominación similar o igual que presten este servicio tan detallado, dando importancia a cada cliente, con base en su necesidad, por lo tanto, se puede reconocer como una oportunidad de mercado, que se puede explotar de manera positiva.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Formular un Plan de negocios para un restaurante especializado en menús para condiciones de salud, en la ciudad de San Juan de Pasto

2.2. Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado para determinar y cuantificar las variables de demanda, oferta, precios y canales de distribución.
- Estructurar el estudio técnico para determinar y cuantificar el tamaño del proyecto, la localización óptima y la ingeniería del proyecto.
- Elaborar el estudio administrativo para determinar la estructura organizacional y legal de la empresa.
- Realizar la evaluación financiera para determinar y cuantificar las variables inversión, costos, gastos e ingresos que deriven en criterio de rentabilidad.
- Determinar las posibles incidencias económicas, sociales y ambientales que pueda generar el proyecto.

3. Concepto de negocio

3.1. En que consiste el negocio

La idea de negocio que se presenta, está relacionada con ofrecer al mercado un restaurante que ofrezca el servicio de comida dirigida a contribuir en el control de diferentes condiciones de salud. Inicialmente, se pretende contribuir con las condiciones de salud anteriormente planteadas, además se atenderá a las personas que busquen llevar una vida saludable empezando por su alimentación; integrando la participación de diferentes profesionales como un chef, el cual

participará en la preparación de cada platillo con la utilización de ingredientes de alta calidad y con los procesos más adecuados para cada comensal, y ofreciendo opciones de sabores, evitando la monotonía; el nutricionista será el responsable del diseño de una minuta dietética, que tendrá una duración de 21 días, la cual especificará a cada cliente cuáles son los platos que debe consumir, las cantidades exactas, con qué frecuencia debe consumirse, y la diversificación del menú. Se aclara, además, que este servicio será ofrecido a un precio asequible para la mayoría de la población de la ciudad, teniendo en cuenta que se lo percibe como un restaurante de visita diaria.

3.2. Identificación de bienes y servicios

El establecimiento contará con el equipamiento adecuado para lograr la elaboración, planificación y ejecución de los diferentes servicios que ofrecerá el establecimiento. El chef desarrollará una gran variedad de recetas para lograr preparar los diferentes menús y así poder satisfacer las diferentes necesidades de los comensales, implementando cambio de ingredientes para lograr remplazar los alimentos sobre procesados que hay en el mercado.

El nutricionista elaborará diferentes minutas adaptadas a las diferentes condiciones de salud para cada cliente, para que así logren llevar una vida más sana; no solo se enfocará en las personas que tengan una condición de salud específica, sino que también se enfocará en las personas que quieran tener una vida saludable a través del consumo de una alimentación equilibrada.

Además de lo anterior, otro de los servicios está relacionado con la entrega a domicilio: para que los clientes puedan disfrutar de los platillos desde sus trabajos o en sus respectivos hogares, teniendo en cuenta que este servicio tendría un costo adicional.

Las estrategias propuestas que permitan el asegurar la compra y pago por el servicio se relacionan, en primer lugar, la evaluación de la condición que se desea ser controlada mediante la alimentación, el diseño del plan alimenticio y el pago anticipado de un 50% al tomar el servicio y el restante 50% que puede ser cancelado durante la prestación del mismo o al finalizar el plan alimenticio que corresponde a una minuta de 21 días. En segundo lugar luego de la evaluación de la condición a tratar se elaborara un plan y pago por anticipado mediante una tiquetera de 21 días el cual tendrá un descuento del 10% del valor total.

4. Análisis del mercado

4.1. Investigación del mercado

4.1.1. Fuentes de recolección de información

4.1.1.1. Fuentes Primarias

Para la investigación se implementará un mecanismo por el cual se recolecte información denominado encuesta, según La Universidad Veracruzana, es un método utilizado para recabar información entre la población está íntimamente relacionado con el enfoque cuantitativo, se utiliza para obtener datos en gran escala de una población determinada. (Introducción a la Investigación: guía interactiva, s. f.); con el objetivo de que cada ciudadano responda el respectivo cuestionario sobre el tema de investigación, utilizando medios digitales, con la extensión formularios de Google.

4.1.1.2. Fuentes Secundarias. Las fuentes secundarias están relacionadas con toda la información vinculada con documentos específicos, estudios, artículos, revistas, trabajos de grado, investigaciones anteriores, informes.

4.1.1.3. Fuentes Terciarias

Las fuentes terciarias utilizadas para el desarrollo de esta investigación son referentes a las páginas web en las cuales se encontrará información con respecto a los temas de salud, nutrición, enfermedades, páginas de emprendimiento, el DANE como principal base estadística en la ciudad de San Juan de Pasto para lograr el tema de investigación.

4.1.2. Población y muestra

4.1.2.1. Población

La población objeto de estudio para la realización de este plan de negocios está enfocada en hombres y mujeres, entre los 25 años y 64 años de edad puesto que estas personas en estas edades tienen la decisión de compra y el poder adquisitivo, dadas sus características económicas ya que son personas que ya cuentan con un trabajo, según la fuente telencuestas, en la ciudad de San Juan de Pasto, se tiene para el año 2025, una población proyectada de aproximadamente 237.456 habitantes. A continuación se presenta una tabla con los rangos de edades de la ciudad de Pasto tanto el número de hombres y de mujeres y el total de ambos.

Tabla 1*Rango de edades Pasto*

Rango de edad	Mujeres	Hombres	Totales
25 – 29 años	18.152	18.074	36.226
30 – 34 años	17.897	17.360	35.257
35 – 39 años	17.178	15.594	32.772
40 – 44 años	16.905	14.119	31.024
45 – 49 años	16.151	12.562	28.713
50 – 54 años	15.336	11.678	27.214
55 – 59 años	14.374	10.645	25.019
60 – 64 años	12.294	8.987	21.281
TOTAL			

Nota. Fuente: Proyecciones del DANE para 2025 con base en el censo de 2018
(Telefónicas, s. f.)

4.1.2.2. Muestra

Se calculará una muestra probabilística acudiendo al uso de la aplicación de una formula estadística bajo las siguientes especificaciones: teniendo un nivel de confianza del 90% para el cual el coeficiente de confianza es de 1.65; margen de error del 7%; con un resultado de 197 personas a encuestar.

$$n = \frac{Z^2 * n}{4 * n + Z^2}$$

$$N = \frac{((165^2) * 237456}{4 * (0.07)^2 * 237456 + (165)^2}$$

N= 197 encuestas

4.1.3. Técnicas e instrumentos de recolección

Como técnica de recolección de información se utilizará la encuesta que será elaborada en la construcción de un cuestionario que constará de 22 preguntas, las cuales serán de selección múltiple. Se utilizarán medios digitales que permitan alcanzar a más personas y recopilar opiniones

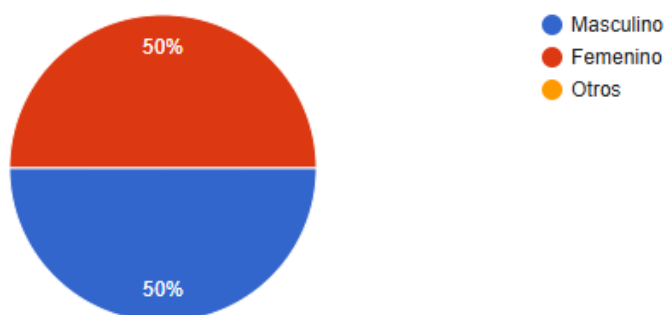
de forma rápida y eficiente ayudando a conocer la demanda, expectativas y preferencias de clientes potenciales, lo cual es importante para desarrollar un plan de negocios sólido.

4.1.4. Análisis e interpretación de la información.

Después de distribuir la encuesta realizada en la plataforma de Google formularios se logró repartir esta por medio de chats de WhatsApp, Facebook y correo electrónico así se logró recolectar la suma de 162 respuestas el cual se considera que en un número muy cercano a la muestra que se planteaba anteriormente y esto da a que se considere que es razonable para analizar la viabilidad del proyecto.

Figura 2

Género de los encuestados



Nota. Fuente: Autoría propia

Un reciente sondeo sobre la pregunta de género, con una participación de 166 personas, arroja un resultado notablemente equilibrado: una distribución exacta del 50% para el género masculino (representado en azul) y 50% para el género femenino (en rojo).

Este análisis del gráfico de pastel revela una paridad en la participación, lo que demuestra que no hubo un sesgo hacia un género específico. Esta equidad sugiere que tanto hombres como mujeres demuestran un interés similar en la búsqueda de un estilo de vida saludable y equilibrado, un dato fundamental para las estrategias a futuro.

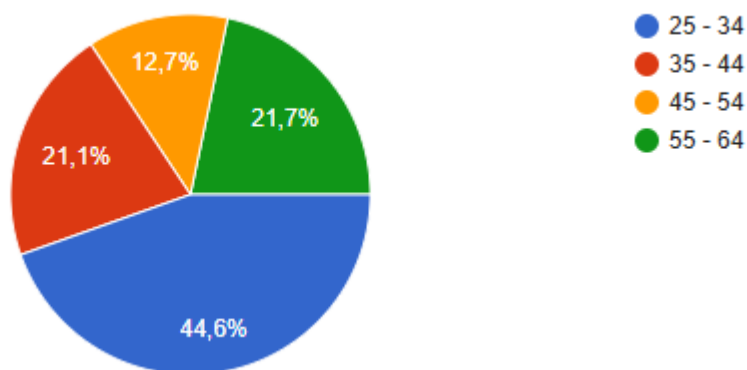
La distribución uniforme de los resultados indica un alcance efectivo en ambos segmentos de la población. Esto representa una ventaja significativa, ya que sugiere que la iniciativa o producto resuena de igual manera con hombres y mujeres.

Además, esta paridad en la audiencia inicial sienta las bases para un crecimiento orgánico sólido. La posibilidad de atraer futuros clientes a través del "marketing de recomendación" o "voz a voz" se ve potenciada, ya que se puede esperar que tanto hombres como mujeres compartan sus

experiencias positivas en sus respectivos círculos sociales, duplicando así el alcance potencial del mensaje.

Figura 3

Edades

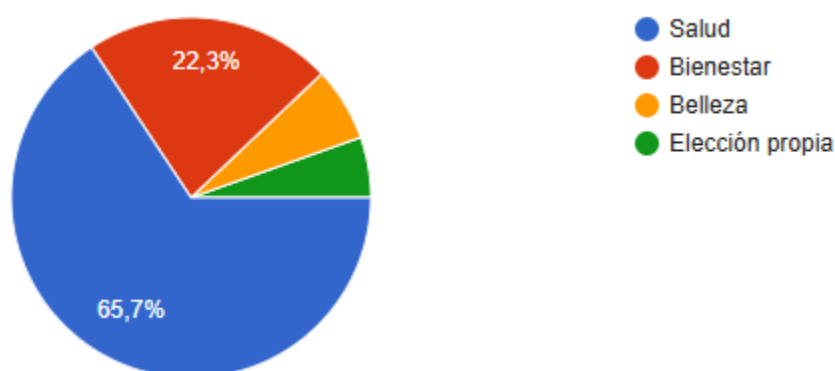


Nota. Fuente: Autoría propia

El análisis de los datos correspondientes a la pregunta N°2, referente a la distribución etaria de los participantes, revela un perfil demográfico claramente definido. El segmento poblacional de 25 a 34 años (color azul) constituye el grupo mayoritario, representando un 44,6% del total, lo que equivale a 74 encuestados. Este dato indica una alta penetración y resonancia del proyecto en un público adulto-joven. En contraparte, el grupo con menor representación es el de 45 a 64 años (color amarillo), con un 12,7% de las respuestas (21 personas).

La predominancia del segmento más joven sugiere que las estrategias de comunicación y difusión actuales son particularmente efectivas para esta demografía. Sin embargo, la baja participación de cohortes de mayor edad pone de manifiesto una importante área de oportunidad.

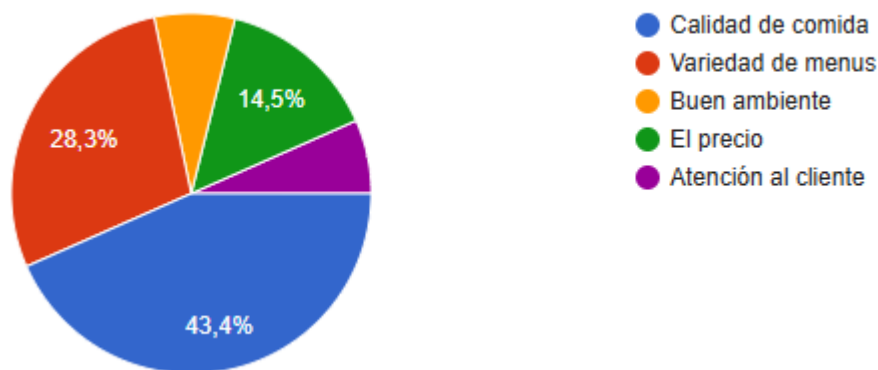
Considerando que el objetivo fundamental del proyecto es orientar a las personas hacia un estilo de vida más saludable incluyendo la creación de propuestas gastronómicas funcionales para quienes presentan patologías específicas, es estratégico dirigir futuros esfuerzos a la captación de adultos de mediana y avanzada edad. Este grupo poblacional no solo puede beneficiarse significativamente de la iniciativa, sino que también representa un mercado con necesidades específicas que el proyecto está diseñado para satisfacer. Por lo tanto, se recomienda el diseño de campañas de sensibilización y marketing dirigidas, que logren involucrar a este segmento demográfico y así maximizar el impacto social y el alcance del proyecto.

Figura 4*Elección de alimentación Salud*

Nota. Fuente: Autoría propia

El gráfico corresponde a la pregunta número 3 la cual se pregunta ¿Cuál es el motivo por el cual eligen una alimentación saludable? Y con un resultado del 65,7% la opción de salud (azul) la cual corresponde a 107 personas y el 22,3% la opción de bienestar (rojo) el cual corresponde a 37 personas.

Según una entrevista realizada por la Universidad nacional a la nutricionista de la división de gestión y fomento socioeconómico Ana Gabriela Gómez Esguerra, menciona que, la nutrición abarca el proceso completo de cómo el organismo utiliza los alimentos que se consumen, incluyendo la absorción, metabolismo y utilización de nutrientes para mantener la salud y el funcionamiento adecuado de todos los órganos y sistemas. Esto incluye una dieta equilibrada una adecuada cantidad de proteínas, carbohidratos, grasas saludables, vitaminas y minerales junto con suficiente hidratación, además implica evitar el exceso de alimentos procesados, azúcares añadidos y grasas saturadas.” (*Alimentación y una buena nutrición*, s. f.), dando respuesta y evidencia científica de la importancia que tiene la alimentación en el mantenimiento de la salud en busca de alcanzar el bienestar general, que es lo que fundamentan el mayor porcentaje de encuestados.

Figura 5*Criterio de elección restaurante*

Nota. Fuente: Autoría propia

El análisis de la pregunta número 4, diseñada para identificar los criterios de selección de restaurantes por parte de los consumidores, arroja un resultado concluyente. Un 43,4% de los encuestados (equivalente a 72 personas) seleccionó la "calidad de la comida" (representada en color azul) como el factor determinante. Este hallazgo subraya que la excelencia culinaria es el atributo más valorado, posicionándose por encima de otras variables relevantes como la variedad del menú, el ambiente del local, el precio o la calidad de la atención al cliente.

A partir de estos datos, se infiere que el pilar fundamental sobre el cual debe construirse la propuesta de valor del establecimiento es, inequívocamente, la calidad gastronómica. El enfoque estratégico debe centrarse en garantizar una oferta culinaria superior y consistente para satisfacer la principal demanda del mercado objetivo.

Sin embargo, es crucial interpretar este resultado de manera integral. Si bien una comida de alta calidad es el principal atractor de clientes, no se debe subestimar el impacto de los factores secundarios. Como se observa en el mercado, numerosos establecimientos con una excelente oferta gastronómica fracasan debido a deficiencias significativas en la atención al cliente. Este es un punto de fallo crítico que conduce a una baja retención de clientes y a la pérdida de consumidores potenciales por una mala reputación.

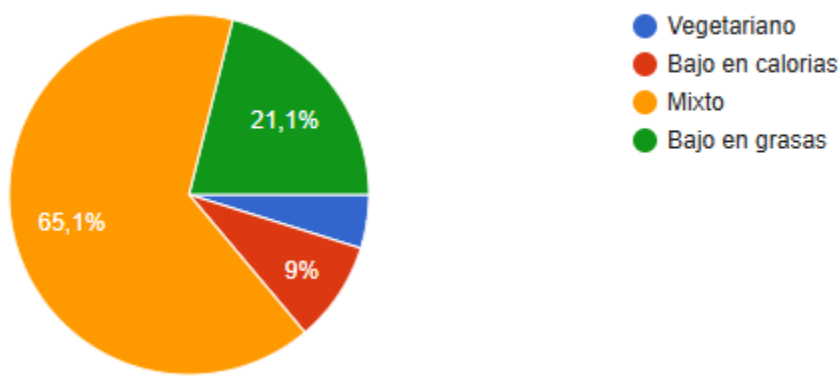
Por lo tanto, la estrategia competitiva más sólida consiste en un doble enfoque:

Excelencia en el producto: Consolidar la calidad de los platos como el principal diferenciador.

Calidad en la experiencia integral: Asegurar que el servicio y el ambiente complementen la oferta culinaria, creando un entorno donde los clientes no solo disfruten la comida, sino que también vivan una experiencia memorable que fomente su lealtad.

Figura 6

Tipos de menús a elegir



Nota. Fuente: Autoría propia

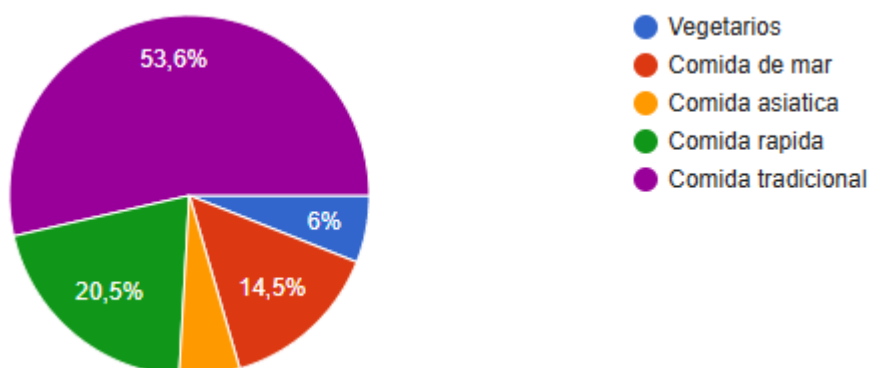
El análisis de la pregunta número 5, que indaga sobre las expectativas del consumidor respecto a los tipos de menú en un restaurante, arroja un resultado contundente. Una mayoría decisiva del 65,1% de los participantes (correspondiente a 108 personas) manifestó su preferencia por menús "Mixtos" (representado en color amarillo). Este dato indica que el consumidor moderno no se inclina por ofertas gastronómicas de nicho (ej. exclusivamente vegetarianas o de carnes), sino que valora la diversidad y la flexibilidad de poder elegir entre una variedad de opciones en un mismo establecimiento.

Este hallazgo representa una validación significativa para la orientación estratégica del proyecto, cuyo enfoque se centra precisamente en ofrecer una carta mixta. La alineación entre la demanda del mercado, evidenciada por la encuesta, y la oferta de valor del proyecto, crea un escenario altamente favorable. La preferencia mayoritaria por menús variados no solo asegura una base de clientes potenciales más amplia, sino que también actúa como un catalizador para el crecimiento orgánico.

Un menú que apela a gustos diversos facilita que los clientes satisfechos recomienden el restaurante a sus círculos sociales, aumentando la probabilidad de atraer nuevos consumidores a través del marketing de "voz a voz". Esta dinámica posiciona al proyecto para lograr una penetración de mercado progresiva y sostenible en el competitivo sector gastronómico actual.

Figura 7

Tipos de establecimiento



Nota. Fuente: Autoría propia

Los resultados de la pregunta número 6, que investiga los tipos de establecimientos gastronómicos que los encuestados suelen frecuentar, revelan una clara inclinación del mercado. Una mayoría significativa del 53,6% (equivalente a 89 personas) indicó su preferencia por la "comida tradicional" (representada en color morado). Este dato sugiere que, al momento de comer fuera, el consumidor promedio se decanta por la cocina local o regional, valorando sabores familiares y culturalmente reconocidos por encima de otras ofertas gastronómicas.

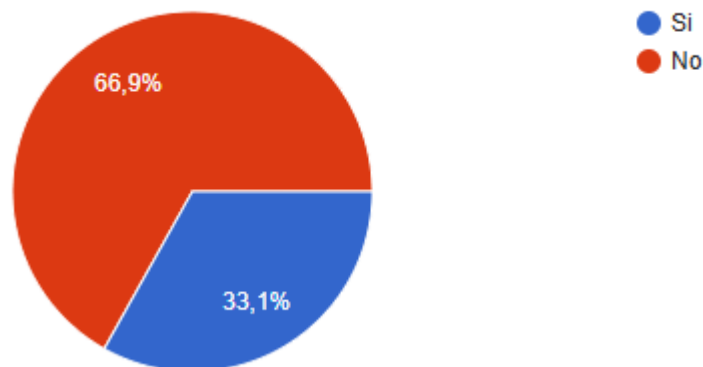
Esta preferencia del consumidor representa una directriz estratégica crucial. El hallazgo no implica abandonar el concepto de cocina saludable, sino integrarlo de manera innovadora. La estrategia más efectiva consistirá en fusionar los objetivos de bienestar nutricional con la riqueza de la cocina tradicional.

Por lo tanto, el enfoque culinario debe orientarse a la reinterpretación de platos tradicionales bajo un lente saludable. Esto implica adaptar recetas autóctonas, sustituyendo ingredientes o modificando técnicas de cocción para cumplir con los requerimientos nutricionales específicos de los clientes, pero sin sacrificar la esencia y el perfil de sabor que los hace atractivos. Este enfoque híbrido permitirá no solo atender las necesidades de salud de los comensales, sino

también satisfacer su paladar y sus preferencias culturales, creando así una propuesta de valor única y altamente competitiva

Figura 8

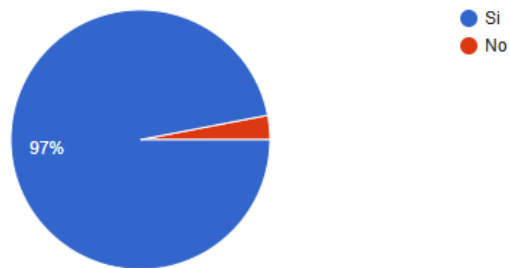
Existen establecimientos especiales



Nota. Fuente: Autoría propia

El gráfico corresponde a la pregunta número 7 la cual se pregunta ¿Encuentra restaurantes que ofrezcan platillos que debería consumir de acuerdo a su condición de salud? Dando con un resultado del 66.9% que corresponde a 111 personas la opción de no (rojo). Dando a entender que en el municipio de Pasto no hay lugares que ofrezcan menús o platos que ayuden a las personas con condiciones de salud o con buena salud a cuidar con su correcta alimentación.

Esto ayuda a ver que hay una demanda insatisfecha entre las personas que presentan una condición de salud y por tanto una gran oportunidad de negocio ya que como se sabe una demanda insatisfecha es el primer paso para lograr que un negocio triunfe y con una gran demanda insatisfecha es más fácil entrar en el mercado.

Figura 9*Creación del restaurante*

Nota. Fuente: Autoría propia

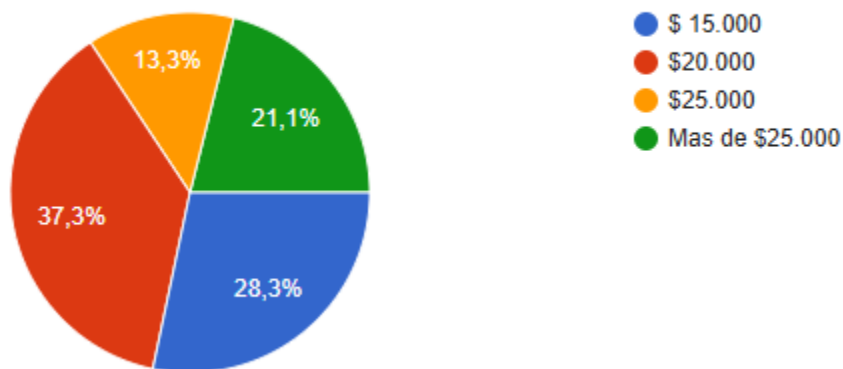
El 97% de los encuestados respaldan la apertura de un restaurante enfocado en menús saludables, evidenciando una demanda potencial en San Juan de Pasto.

Esta gran aceptación demuestra una mayor conciencia sobre la relevancia de una alimentación saludable y la búsqueda de opciones que respondan a necesidades particulares de salud, como diabetes, hipertensión o alergias alimentarias.

La baja proporción que no está de acuerdo puede estar relacionada con la falta de interés en este tipo de alimentación o con el desconocimiento de sus beneficios.

Este dato indica que el mercado está desatendido y que hay una oportunidad evidente para un negocio que proporcione soluciones alimenticias personalizadas y saludables, lo cual puede captar a un gran segmento de la población preocupado por su salud.

Además, la demanda no solo es en cantidad sino también en calidad, ya que se requiere un servicio que tenga en cuenta las condiciones específicas de salud de cada cliente, lo que implica un enfoque personalizado.

Figura 10*Posible precio de pago*

Nota. Fuente: Autoría propia

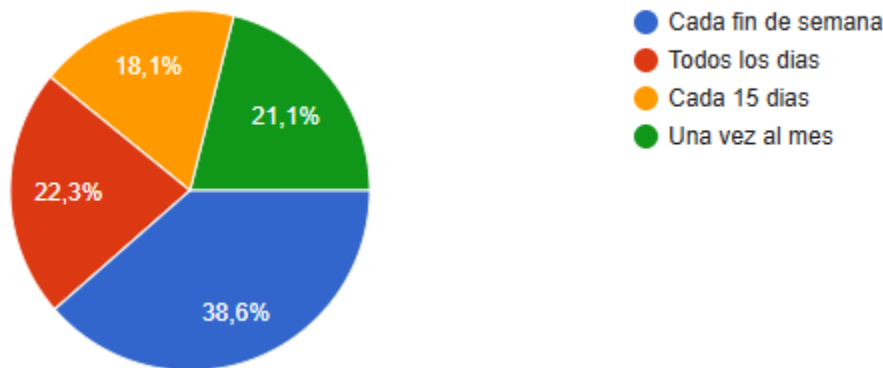
La distribución de la disposición a pagar indica que la mayor parte de los encuestados pertenece a un nivel económico medio, con un 65% dispuesto a pagar entre 15,000 y 20,000 pesos por cada platillo, Esto sugiere que el costo debe ser razonable para captar la atención de la mayor cantidad de clientes posible.

No obstante, un 34% está dispuesto a pagar más de \$20,000, lo que permite la opción de ofrecer platillos Premium o con ingredientes exclusivos que justifiquen un precio mayor.

Esta diversidad en la disposición a pagar facilita la creación de un menú con distintas alternativas y tamaños, que van desde platos más económicos hasta opciones gourmet o con ingredientes orgánicos y de alta calidad.

Igualmente, plantea que el local puede aplicar una estrategia de precios escalonados, ajustándose a variados perfiles de clientes y maximizando los beneficios.

Es fundamental tener en cuenta que el precio debe estar en línea con la calidad y el valor nutricional del menú para justificar la inversión del cliente.

Figura 11*Frecuencia asistencia a restaurante*

Nota. Fuente: Autoría propia

El número de veces que las personas acuden a restaurantes es un factor clave para organizar la operación del negocio.

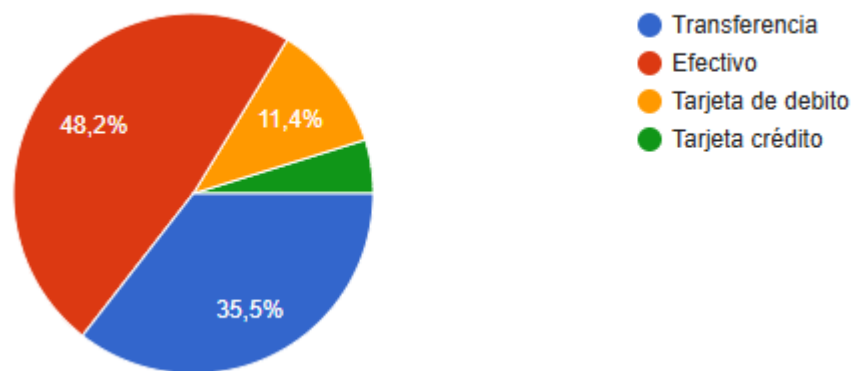
Que el 39% asista solo los fines de semana sugiere que la mayoría de los clientes potenciales consideran la salida a comer fuera como una actividad de ocio o algo especial, en contraste con una rutina diaria.

El 22% que asiste todos los días constituye un segmento más reducido pero constante, probablemente compuesto por personas que trabajan o residen cerca y buscan opciones saludables a diario.

El 18% de las personas que asisten cada quince días y el 21% que lo hacen una vez al mes muestran que existe un grupo que consume fuera de casa de forma ocasional.

Estos datos indican que, inicialmente, el restaurante debería centrarse en abrir principalmente los fines de semana, cuando la demanda es más alta, y considerar ampliar los horarios en función de la respuesta del mercado.

Asimismo, se puede considerar la implementación de promociones o menús especiales para atraer a los clientes que vienen con menor frecuencia y convertir esas visitas en oportunidades de fidelización.

Figura 12*Medio de pago*

Nota. Fuente: Autoría propia

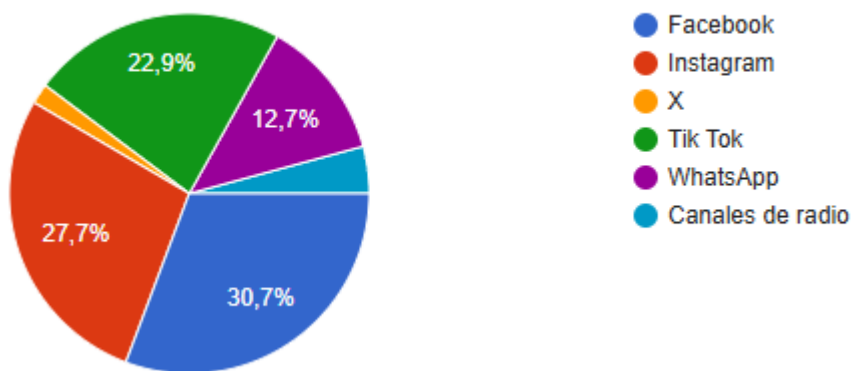
La inclinación mayoritaria hacia el pago en efectivo muestra hábitos de consumo tradicionales y sugiere que una parte de la población aún no confía o no utiliza completamente los medios electrónicos.

La preferencia del 36% por transferencias bancarias indica una amplia penetración de la banca digital y de aplicaciones móviles como Nequi, que simplifican los pagos rápidos y sin contacto. Aunque el pago con tarjeta de débito y crédito es menor, es fundamental ofrecer estas alternativas para cubrir todos los segmentos y mejorar la experiencia de compra.

Es recomendable que el restaurante cuente con un sistema de cobro multifuncional: caja para efectivo, cuenta digital para transferencias y datafono para tarjetas.

La implementación de esto no solo favorece la comodidad del cliente, sino que también agiliza el pago y reduce los riesgos relacionados con el efectivo.

Además, ofrecer diversos métodos de pago puede fortalecer la confianza y satisfacción del cliente, ayudando a fomentar su fidelidad.

Figura 13*Medio para recibir publicidad*

Nota. Fuente: Autoría propia

La preferencia por plataformas como Facebook, Instagram y Tik Tok revela que la mayoría de los clientes potenciales son activos en medios digitales, facilitando así la comunicación y promoción del restaurante.

Facebook e Instagram son perfectos para compartir contenido visual llamativo, como fotos y videos de los platillos, promociones y testimonios, mientras que TikTok facilita alcanzar a un público más joven con contenido dinámico y viral.

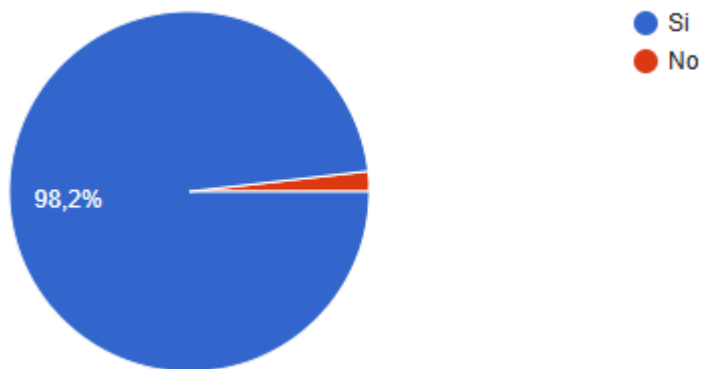
El 13% que prefiere estados de WhatsApp indica que esta plataforma puede ser efectiva para comunicación directa, reservas y promociones personalizadas.

La baja preferencia por medios tradicionales como la radio y la televisión señala que la inversión publicitaria debe dirigirse principalmente a lo digital para maximizar el impacto y el alcance.

Además, las redes sociales ofrecen una interacción directa con los clientes, favoreciendo la retroalimentación y la creación de una comunidad en torno al restaurante.

Figura 14

Se le aplique un descuento



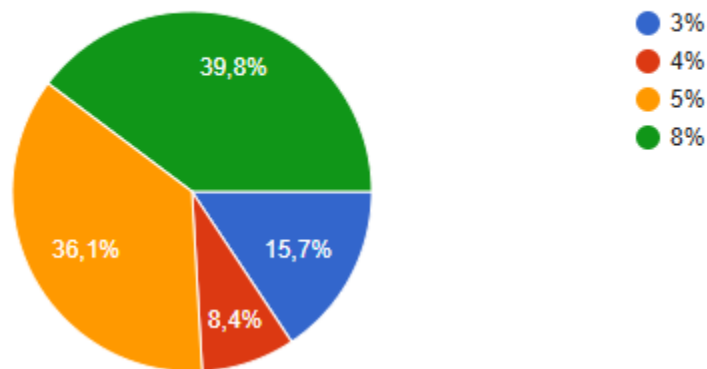
Nota. Fuente: Autoría propia

La aceptación casi unánime de recibir un descuento por la compra anticipada de una tiquetera refleja que los clientes aprecian los beneficios económicos y están dispuestos a mantener un compromiso a largo plazo con el restaurante.

Esta situación ofrece una oportunidad para que la empresa asegure ingresos constantes y fortalezca su planificación financiera mediante la venta previa de servicios.

La tiquetera puede actuar como un sistema de membresía o un paquete de comidas, fomentando la lealtad y disminuyendo la incertidumbre en la demanda.

Además, los descuentos pueden captar la atención de nuevos clientes que buscan alternativas más asequibles y prácticas; La estrategia de descuentos debe ser comunicada de manera clara para que los clientes comprendan el valor y las condiciones, garantizando transparencia y satisfacción.

Figura 15*Descuento que prefiere*

Nota. Fuente: Autoría propia

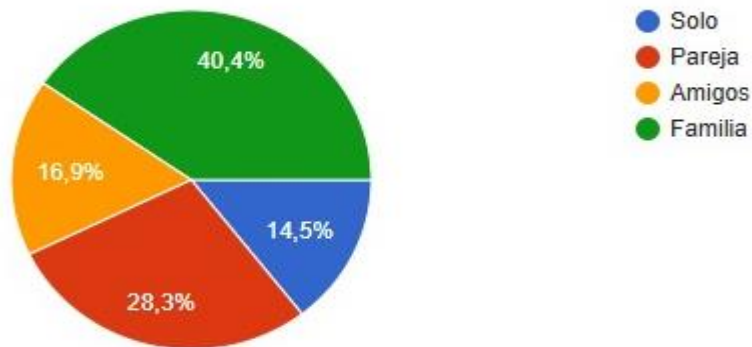
La mayor parte de los encuestados piensa que un 8% de descuento es razonable, mientras que un 36% prefiere un 5%; Un descuento de aproximadamente el 8% resulta ser percibido como justo y atractivo por los clientes y el restaurante, Ofrecer un 8% de descuento puede ser un buen equilibrio entre motivar la compra anticipada y asegurar la rentabilidad del negocio.

Los descuentos menores no son tan aceptados, lo que indica que no serían lo suficientemente motivadores para los clientes; La implementación de este descuento debe integrarse en una estrategia definida que destaque los beneficios para ambas partes y motive la adquisición de tiqueteras.

También se puede contemplar la opción de aplicar descuentos progresivos en función de los volúmenes adquiridos o el tiempo de compra, mejorando así la flexibilidad y el interés.

Figura 16

Con quién sale a un restaurante



Nota. fuente: autoría propia

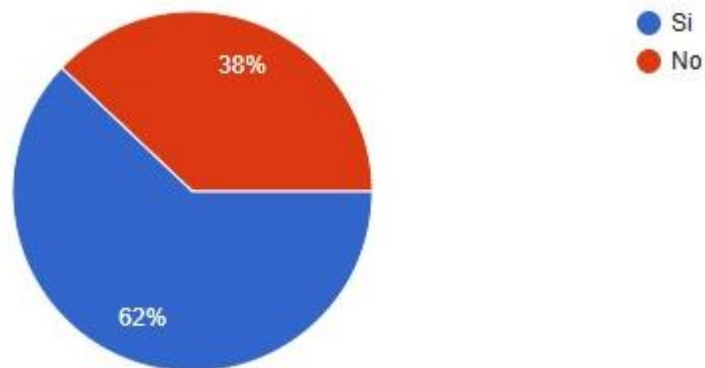
A la siguiente pregunta ¿con que personas suele disfrutar una salida a un restaurante? Respondieron el 40,4% corresponde a familia, el 28,3% en pareja, un 16,9% con amigos, un 14,5% correspondiente que le gusta ir solo, obteniendo como resultado un total del 100%.

El análisis de las respuestas revela que gran parte de las personas que visitan restaurantes prefieren hacerlo en compañía de su familia, lo que subraya la importancia del ámbito familiar como un espacio fundamental para compartir momentos de convivencia y fortalecer vínculos afectivos. También es notable el grupo que opta por acudir en pareja, evidenciando la búsqueda de experiencias más íntimas y personalizadas, asociadas a ocasiones especiales o momentos compartidos en forma exclusiva.

Además, existe un segmento que valora salir a restaurantes acompañado de amigos, lo que destaca la función social y recreativa de estos espacios como escenarios para la interacción y el esparcimiento en grupo. Por último, una proporción considerable prefiere disfrutar de la experiencia gastronómica en solitario, lo que podría reflejar una tendencia hacia la valorización del tiempo personal y la búsqueda de un espacio propio para el disfrute o la reflexión.

Figura 17

Presenta una condición de salud



Nota. Fuente: autoría propia

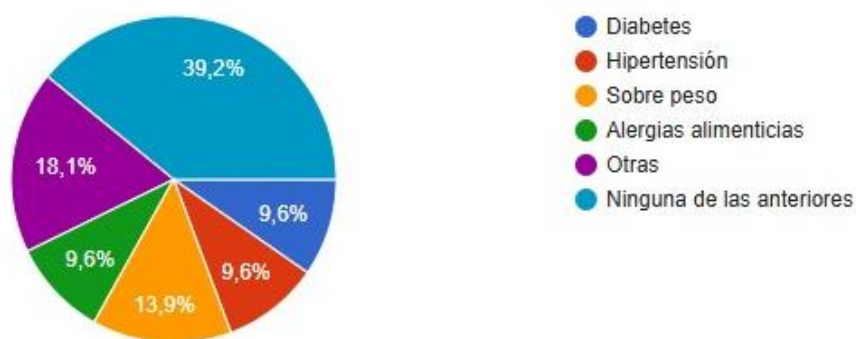
A la siguiente pregunta ¿presenta usted una condición de salud? donde el 62% respondió que si padece de una condición y el porcentaje restante que corresponde al 38% manifestó que no.

Indica que una parte significativa de los futuros clientes del restaurante presenta alguna condición de salud que requiere atención especial en su alimentación. Esto destaca la necesidad de ofrecer menús que respondan a necesidades dietéticas específicas, garantizando que los pacientes con condiciones particulares reciban una alimentación adecuada que contribuya al control y mejoramiento de su salud.

A la par, existe un grupo importante de personas que no padecen condiciones médicas, pero que buscan mantener o mejorar su bienestar a través de una alimentación saludable. Esta diversidad en el perfil de los clientes potenciales subraya la importancia de un enfoque integral y personalizado en el diseño y prestación del servicio gastronómico.

Figura 18

Presenta alguna enfermedad



Nota. Fuente autoría propia

A la pregunta. Si la respuesta anterior fue si, elija una de las siguientes opciones lo cual correspondió el mayor porcentaje ninguna de las anteriores con el 39,2% seguido de un grupo de personas que representa un 18% de otras enfermedades, después nos encontramos con un porcentaje de 13,9% de sobre peso y por último nos encontramos con un porcentaje de 9,6% que corresponde alergias alimenticias, hipertensión, diabetes lo cual es un respuesta igualada o equitativa.

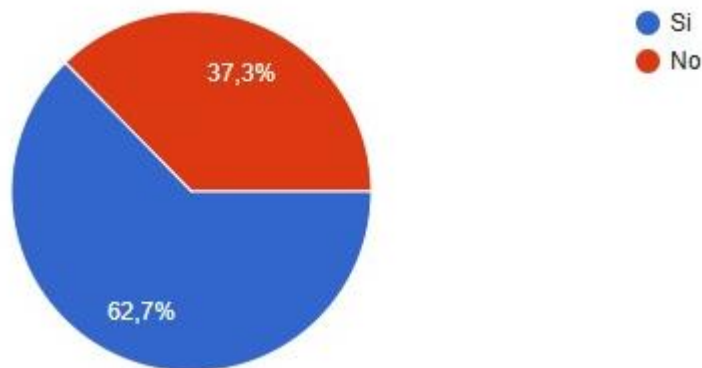
Revela que, aunque una mayoría significativa no presenta una condición de salud específica, el restaurante debe ser capaz de adaptarse para ofrecer menús variados y atractivos que satisfagan los diferentes gustos y necesidades de sus clientes. Los resultados sugieren la imperiosa necesidad de que el establecimiento mantenga una alta capacidad de adaptación en sus menús y planes dietéticos, permitiendo abordar también enfermedades menos comunes mediante una alimentación balanceada y saludable.

En particular, el manejo del sobrepeso adquiere relevancia, dado que diversos estudios han evidenciado que la alimentación constituye un factor clave para su control y reducción. Por ello, la entidad busca ofrecer a sus clientes opciones equilibradas y deliciosas, que contribuyan al manejo integral de esta condición. Además, la existencia de varias condiciones prevalentes con porcentajes similares implica que el restaurante debe contar con una preparación rigurosa para

ofrecer menús diferenciados y personalizados, atendiendo las características específicas de cada cliente.

Figura 19

Alimentación específica

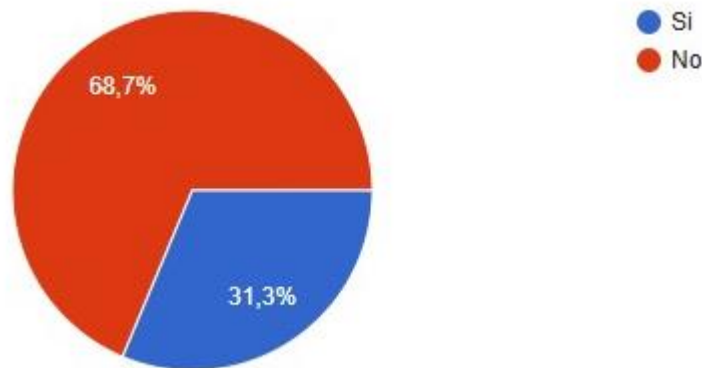


Nota. Fuente autoría propia

A la pregunta, si usted eligió una de las respuestas anteriores, ¿usted tiene que consumir una alimentación acorde a su condición de salud? correspondió el mayor porcentaje 62,7% con sí y restante con el 37,3% no.

La encuesta evidencia que la mayoría de las personas reconoce la importancia de seguir una alimentación adecuada a su condición de salud, lo que representa un mercado potencial significativo en la ciudad de Pasto. Esto indica que los clientes buscan opciones alimentarias orientadas a mejorar o mantener su bienestar, lo cual configura una demanda clara y concreta para el establecimiento.

Por otro lado, aunque un porcentaje importante no requiere actualmente una alimentación especializada, existe una oportunidad relevante para educar y sensibilizar a este grupo sobre la importancia de mantener una dieta equilibrada y personalizada. Esta estrategia preventiva puede contribuir a reducir la incidencia de enfermedades frecuentes en la población, posicionando al restaurante no solo como un espacio para la atención de condiciones específicas, sino también como un promotor activo de hábitos alimentarios saludables en la comunidad.

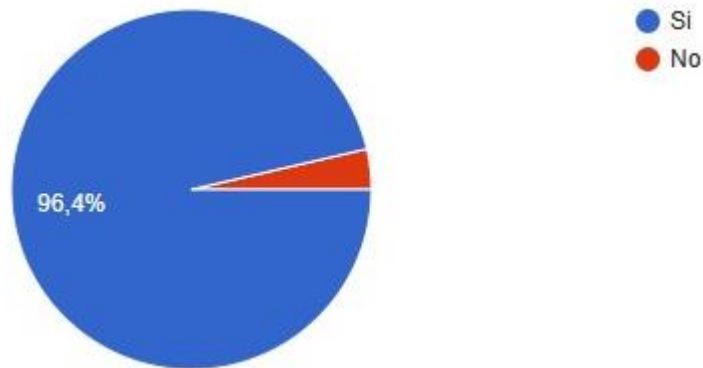
Figura 20*Cumplimiento de alimentación*

Nota. fuente: autoría propia

A la pregunta ¿usted cumple con esa alimentación específica? el 68,7% respondió que no y el sí con 31,3%.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, se identifica una brecha significativa entre la existencia de una necesidad de alimentación específica y el adecuado seguimiento de las dietas correspondientes por parte de la mayoría de las personas. Esta situación puede atribuirse a diversos factores, tales como la falta de tiempo, el desconocimiento sobre las pautas alimentarias, la dificultad para acceder a alimentos adecuados según su condición de salud, entre otros.

Esta problemática representa una oportunidad importante para que el establecimiento se posicione como una alternativa práctica y accesible, capaz de satisfacer esta demanda insatisfecha. Al garantizar el cumplimiento riguroso de los planes alimentarios personalizados, el restaurante puede convertirse en un aliado estratégico en el cuidado y la mejora de la salud de sus clientes, ofreciendo una solución integral que facilite la adherencia a las dietas terapéuticas y promueva estilos de vida saludables.

Figura 21*Creación del restaurante*

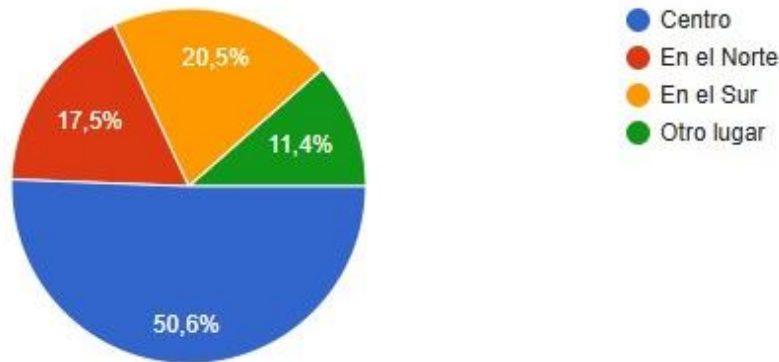
Nota. Fuente autoría propia

A la pregunta, si su respuesta fue no, ¿le gustaría que en la ciudad de Pasto existiera un restaurante que ofrezca menú saludables y equilibrados? según el gráfico de torta representa con el 96,4% con la respuesta que sí y con el restante 3,6% con el No del total del 100%.

La mayoría de los encuestados manifiesta un respaldo significativo hacia la apertura de un restaurante especializado en alimentación saludable en la ciudad de Pasto, lo que confirma la existencia de un mercado potencial relevante. Esta aceptación social constituye un fundamento sólido para el desarrollo del proyecto.

La propuesta permitirá fortalecer aspectos fundamentales como la calidad nutricional, el bienestar integral del cliente y la personalización de los menús, ajustándolos a las necesidades particulares de cada persona. Esta capacidad de adaptación no solo mejora la experiencia del comensal, sino que también fomenta la fidelización y la diferenciación en un mercado cada vez más exigente.

Además, el establecimiento puede contribuir de manera positiva al fomento de estilos de vida saludables en la comunidad, respondiendo a una demanda creciente por opciones alimentarias que promuevan el bienestar y la prevención de enfermedades. Así, el negocio no solo responde a una necesidad económica, sino también social y sanitaria.

Figura 22*Ubicación del restaurante*

Nota. Fuente: autoría propia

A la pregunta ¿En qué parte de la ciudad le gustaría que estuviera ubicado el restaurante? donde el 50% de las personas prefieren en centro de la ciudad, seguido en sur con un 20,5% de los encuestados, con un porcentaje menor 17,5% en el norte y el menor con 11,4% en otro lugar.

Con base en lo planteado anteriormente, se puede analizar que la mayoría de las personas estarían más conformes con que el establecimiento se ubique en el centro de la ciudad de Pasto. Esta ubicación estratégica representa una ventaja significativa, ya que permite un fácil acceso desde diferentes puntos de la ciudad, generando un gran flujo tanto peatonal como vehicular. Esta característica potenciaría la visibilidad del restaurante y facilitaría la llegada de clientes, contribuyendo a una experiencia cómoda y práctica.

No obstante, es importante considerar que esta ubicación implica un mayor nivel de competencia debido a la concentración de establecimientos similares o de alta demanda en el centro urbano. Por ello, el reto para el restaurante radica en fortalecer su propuesta de valor mediante la diferenciación, especialización en menús saludables y personalizados, y un excelente servicio al cliente. De esta forma, podrá destacarse frente a la competencia y capitalizar la ventaja que ofrece una ubicación céntrica, maximizando su alcance y potencial de crecimiento en un mercado dinámico y exigente.

4.2. Análisis de la demanda

4.2.1. Identificación de las características de la demanda

Según los resultados de la encuesta, existe una alta demanda de servicios personalizados en el mercado local de restaurantes en Pasto. Este interés creciente sugiere un potencial de negocio considerable para una nueva propuesta gastronómica.

El análisis de los datos revela que las preferencias de los consumidores se centran en varios aspectos clave:

- **Calidad y Salud:** La calidad de la comida es un factor determinante en la elección de un restaurante. Además, la motivación por una alimentación saludable es muy alta, impulsada por el deseo de mantener una condición de salud óptima y una dieta equilibrada. Esto demuestra un mercado listo para opciones enfocadas en el bienestar.
- **Variedad de Menús:** Los encuestados expresaron su interés en encontrar establecimientos con menús variados y mixtos. Esta necesidad no se limita únicamente a la comida saludable, sino que también incluye una valoración de la cocina tradicional y local, lo que indica que los clientes desean opciones que combinen innovación con los sabores familiares de la región.

En conclusión, los hallazgos confirman que existe una oportunidad viable para abrir un restaurante especializado en menús saludables en Pasto. Los potenciales clientes no solo están abiertos a este concepto, sino que también buscan activamente opciones que satisfagan sus necesidades y preferencias individuales. Este enfoque podría capitalizar la demanda de servicios personalizados, calidad y variedad, ofreciendo una propuesta de valor única en el mercado local.

4.2.2. Cálculo de la proyección de la demanda

Para el cálculo de la demanda actual para el plan de negocios de un restaurante especializado en menús saludables para las personas con condiciones de salud en la ciudad de San Juan de Pasto, teniendo en cuenta la siguiente información.

- **Demanda**

Tabla 2

Proyección de la demanda

Porcentaje	Número de visitas al mes	Número de personas	Resultado
38.6%	4 veces al mes	62	X $= (4 \text{ veces al mes} \times 62 \text{ personas})$ $= 248 \text{ visitas/mes}$
22.3%	30 días	36	X $= (30 \text{ veces al mes} \times 36 \text{ personas})$ $= 1080 \text{ visitas/mes}$
21.1%	1 ves al mes	34	X $= (1 \text{ ves al mes} \times 34 \text{ personas})$ $= 34 \text{ asistencias}$
18.1%	2 veces al mes	29	X $= (2 \text{ veces al mes} \times 29 \text{ personas})$ $= 58 \text{ asistencias}$
Total		161	1420 visitas /mes

Nota. Fuente: Autoría propia

$$X = \frac{1420}{161} = 8.8 = 9 \text{ visitas/mes/persona} \times 12 \text{ meses} = 108 \text{ visitas /año/persona}$$

El promedio de frecuencia de asistencia al restaurante es aproximadamente 9 veces al mes por persona.

- Cantidad de personas que asisten en cada salida

Tabla 3

Personas por cada salida

Porcentaje	Cantidad de personas por visita	Asistencia promedio
40.4%	4 personas	$X = (40.4\% \text{ porcentaje} * 4 \text{ personas}) = 1.6$
28.3%	2 personas	$X = (28.3\% \text{ porcentaje} * 2 \text{ personas}) = 0.6$
16.9%	3 personas	$X = (16.9\% \text{ porcentaje} * 3 \text{ personas}) = 0.5$
14.5%	1 persona	$X = (14.5\% \text{ porcentaje} * 1 \text{ persona}) = 0.1$
Total		2.8 personas /visita

Nota. Fuente: Autoría propia

En promedio la asistencia al restaurante es aproximadamente 3 personas por visita.

Proyección de platos vendidos al día

$$X = (3 * 9) = (27 * 161) = \frac{4347}{30} = 145 \text{ platos vendidos /día}$$

Análisis: Se calcula que aproximadamente se pueden vender en el día un total de 145 platos.

Proyección de platos vendidos al mes

$$X = (145 * 30) = 4350$$

Análisis: Se calcula que aproximadamente se pueden vender en el mes un total de 4350 platos.

Proyección de platos vendidos al año

$$X = (4350 * 12) = 52200 \text{ platos/años}$$

Análisis: Se calcula que aproximadamente se pueden vender en el año un total de 52200 platos.

Teniendo en cuenta la demanda actual calculada por la cantidad de platos vendidos al año, para realizar una proyección a 5 años utilizando el valor proyectado, teniendo en cuenta los porcentajes de disposición para lograr comprar los platos esperados.

PV=Cantidad de platos vendidos anualmente.

Teniendo en cuenta la demanda actual calculada para la cantidad de platos vendidos, se proyecta la misma para los próximos 5 años, con base a la siguiente formula:

$$\text{Demanda futura} = DF(1 + I)^n$$

DA= Demanda actual 52200

1= Constante

I=índice de precios al consumidor (4,04%) este es el valor que va de lo recorrido del año desde enero hasta el mes de agosto.

ⁿ=Periodo

Tabla 4

Proyección de la demanda para los próximos cinco años

Años	Cálculo	Resultados
2027	$52200(1 + 0.0404)^1$	54308
2028	$52200(1 + 0.0404)^2$	56503
2029	$52200(1 + 0.0404)^3$	58786
2030	$52200(1 + 0.0404)^4$	61161
2031	$52200(1 + 0.0404)^5$	63632

Nota. Fuente: Autoría propia

4.3. Análisis de la competencia

4.3.1. Identificación de las características de la oferta

Teniendo en cuenta las exigencias del mercado, surgen establecimientos de comida vegetariana tanto como vegana, en la ciudad de Pasto por lo tanto, la producción de este restaurante

se vuelve una oportunidad rentable, se toma como competencia todos los restaurantes dedicado a la venta de comida saludable como un mismo segmento de mercado, el restaurante “Volcán de Bienestar” entra como una establecimiento con no solo comida que dé gusto al paladar además, un servicio especializado para cada uno de nuestros futuros clientes, teniendo en cuenta así nuestra competencia indirecta del mercado en nuestra ciudad.

Tabla 5*Análisis competencia*

Competencia	Ubicación	Segmento al que está dirigido	Productos que ofrece
Gira el sol	Cra. 28A #20-75 B, Pasto, Nariño	Tiene un enfoque en todas las edades desde los 2 años hasta los 90 años.	Ofrece una variedad de suplementos y vitaminas que complementan la alimentación.
Hortensia comida vegana	Cl. 21 #38 - 15 Morasurco, Pasto, Nariño	Tiene un enfoque en todas las edades desde los 2 años hasta los 90 años.	Ofrece una variedad de alimentos como pueden ser veganos y vegetarianos.
Restaurante vegano y vegetariano Allullas	Cra 26 # 14- 40 centro	Tiene un enfoque en todas las edades desde los 2 años hasta los 90 años.	Ofrece un servicio de panadería donde encuentras guaguas de pan y pasteles

Nota. Fuente: Autoría propia

4.3.2. Cálculo y proyección de la oferta

A continuación, se calculará la oferta actual, teniendo en cuenta los tres principales establecimientos que ofrecen un servicio de comida saludable en la ciudad de Pasto. Para determinar la cantidad aproximada de platos vendidos diariamente, se realizó un sondeo de manera presencial, como se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 6*Ventas de la competencia*

Establecimiento	Cantidad de platos al día
Gira el sol	50
Hortensia comida vegana	35
Restaurante vegano y vegetariano	40
Allullas	
TOTAL, PROMEDIO	$125/3 = 42$ platos diarios*

Nota. Fuente: Autoría propia

* Para la información de la tabla solo se está tomando en cuenta lo que es el momento del almuerzo que va desde las 11:00 am hasta las 2:00 pm.

Cantidad de platos vendidos al mes

$42 * 26 \text{ días} = 1096$ platos mensuales

Cantidad de platos vendidos al año

$1096 * 12 \text{ meses} = 13152$ platos promedio anuales

En la anterior tabla, se observa que la oferta actual de los principales establecimientos es de 13152 platos anuales, en base a estas cifras se proyecta la oferta teniendo en cuenta la siguiente fórmula:

Oferta futura= $OA(1 + I)^n$

OA= Oferta actual 45000

1= Constante

I=índice de precios al consumidor (4,04%) este es el valor que va de lo recorrido del año desde enero hasta el mes de agosto.

n=Periodo

Tabla 7*Proyección de la oferta para los próximos cinco años*

Años	Cálculo	Resultado
2027	13152 (1 + 0.0404)¹	13683
2028	13152 (1 + 0.0404) ²	14236
2029	13152 (1 + 0.0404) ³	14811
2030	13152 (1 + 0.0404) ⁴	15410
2031	13152 1 + 0.0404) ⁵	16032

Nota. Fuente: Autoría propia**4.4. Determinación del mercado insatisfecho**

A continuación, se calcula el mercado insatisfecho “volcán de bienestar” con base a los datos de la demanda futura y la oferta futura de cada uno de los años.

Tabla 8 *Calculó del mercado insatisfecho*

Concepto	Años				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda Futura	54308	56503	58786	61161	63632
Oferta Futura	13683	14236	14811	15410	16032
Demanda insatisfecha	40625	42267	43975	45751	47600
Cobertura de la DI (50%)	20312	21133	21987	22875	23800

Nota. Fuente: Autoría propia**4.5. Estrategia de mercadeo****4.5.1. Producto**

La empresa Volcán de bienestar buscara posicionarse en el mercado como una empresa que presente un servicio innovador. Con el fin de llegar a este, donde se entregará un producto y servicio de calidad creados de manera especializada y detallada teniendo un valor agregado que es implementar un servicio único a cada uno de los futuros clientes para que así ellos logren sentirse mejor tanto física y mentalmente.

- **Marca.**

Figura 23

Marca de la entidad



Nota. Fuente: Autoría propia

Logotipo

El nombre de la empresa “Volcán de bienestar” hace referencia al icónico Volcán Galeras, sugiriendo algo puro, fuerte, beneficioso además del símbolo más representativo de nuestra ciudad.

Figura 24

Logotipo de la marca



Nota. Fuente: Autoría propia

- **Isotipo**

La parte simbólica de la marca representa nuestro Volcán Galeras representando la fuerza y la naturaleza como lo indica su fumarola que expulsa la naturaleza del municipio de San Juan de Pasto.

Figura 25*Isotipo*

Nota. Fuente: Autoría propia

- **Tipografía de la marca**

En cuanto a la tipografía se utilizó para el nombre de la marca un tipo de letra sencilla que se asemeja a la tranquilidad, sencillez y equilibrio que buscarán las personas al adquirir el servicio.

Figura 26*Tipografía de la marca*

Nota. Fuente: Autoría propia

- **Gama cromática o cromatismo de la marca**

El color verde y azul son los que más destacan tanto en el nombre con la parte de la fumarola del volcán y representan lo que es la naturaleza y el agua que representan a la vez vida.

Figura 27*Gama cromática de la empresa*



Nota. Fuente: Autoría propia

- **Slogan**

El recuerdo de la marca es la importancia de las personas con condiciones de salud representan para nuestra empresa. Esto significa que entra en erupción su antigua vida y empiezas una nueva con nuestra ayuda.

Figura 28

Slogan de la marca

donde la salud entra en erupción

Nota. Fuente: Autoría propia

4.5.2. Precio

El precio de los platos se establecerá teniendo en cuenta los precios basados en la competencia, demanda y en los costos de producción. El análisis que se realizó en el mercado actual es teniendo en cuenta la ciudad de San Juan Pasto, donde es casi nulo que se dediquen a prestar un servicio personalizado enfocado a las condiciones de salud.

- **Estrategias de precios**

Para lograr determinar el precio de los platos, se tendrá en cuenta un precio que logre ser competitivo en el mercado. Será importante tener en cuenta que los menús serán enfocados en cada condición dependiendo de la persona.

4.5.3. Plaza

La comercialización de los productos se basará en una estrategia de distribución directa, anclada en un punto físico estratégico en el municipio de Pasto. El local estará ubicado en una zona céntrica y de alta afluencia de personas y transporte, facilitando la logística y el acceso a los clientes. Se tendrá en cuenta un diseño de un local atractivo y distinguido que capte la atención del público objetivo.

Al optar por la distribución directa, el restaurante podrá mantener un control total sobre la calidad del servicio y, más importante aún, permitirá una medición continua y directa del nivel de satisfacción del cliente a corto, medio y largo plazo.

Además de esto, se tendrán en cuenta las sugerencias de los primeros clientes que se tendrían, ya que gracias a ello se podrán impulsar de mejor manera el negocio y así mismo se llegara a más gente, y que este establecimiento sea reconocido como uno de los mejores en la ciudad no solo por la comida y el servicio especializado que se ofrecerá además de esto el objetivo es que las personas pasen momentos agradables y así generar algo muy importante que es la fidelidad de los clientes.

4.5.4. Publicidad

En cuanto estrategias de comunicación y publicidad se tendrá en cuenta 3 medios fundamentales. Se determina que para lo relacionado con la publicidad del establecimiento se usaran diferentes medios con el fin de divulgar y dar a conocer las características y cualidades que hacen diferente a nuestro establecimiento para ello se realizara a través de:

Tabla 9

Publicidad

Estrategia	Internet	Medio	Utilización
Publicidad		Página Web	Se habilitará una página web de forma atractiva que permita dar a conocer nuestro servicio mediante videos y fotografías del establecimiento y los platillos. La página contara con una información breve: dirección, numero de contacto y correo electrónico
		Redes Sociales	Se creará una cuenta de Instagram, tiktok, WhatsApp business y Facebook, La página también estará disponible para las consultas de los clientes y opiniones sobre el servicio.
		Pantallas publicitarias	Se optará por la promoción visual mediante tableros publicitarios del establecimiento en puntos estratégicos de la ciudad de Pasto.
		Canales de publicidad clásica como la radio	Se preferirá por el uso de anuncios radiofónicos llegando así a más personas oyentes en diferentes lugares de la ciudad.

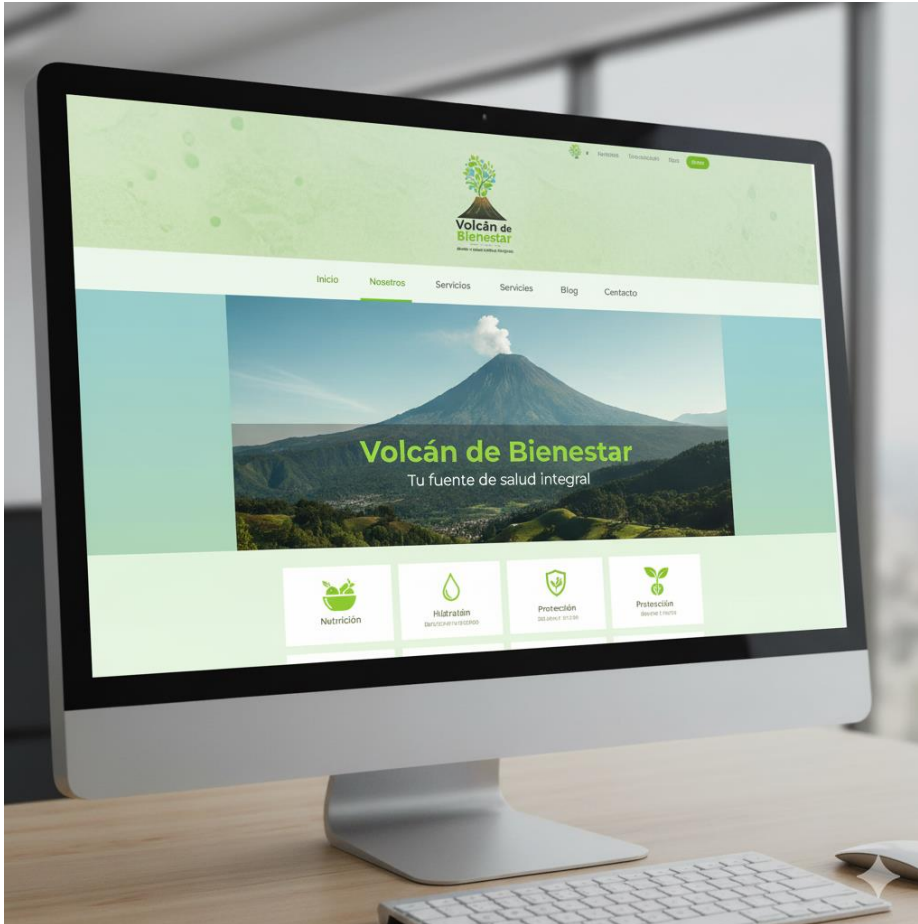
Nota. Fuente: Autoría propia

- **Estrategia de publicidad mediante página web**

Volcán de bienestar se enfoca en el manejo de una cobertura digital, haciendo uso de la página web, la cual será atractiva a los clientes, dinámica y fácil de usar, se tendrá en cuenta la gama de cromática de la marca y de este modo dar a conocer los platos y servicio que la empresa ofrece, donde se publicaran video llamativos e imágenes de alta calidad, con el fin de que los clientes puedan conocer de las características de los diferentes platos e ingredientes con los que están preparados. La página web contara con la información de la empresa y un buzón para recibir las sugerencias y quejas, con el propósito de dar soluciones optimas y eficaces.

Figura 29

Página web de Volcán de bienestar



Nota. Fuente: Autoría propia

- **Redes sociales**

Teniendo en cuenta que las redes sociales han tomado gran importancia en cuanto a la promoción de un producto o servicio, Volcán de bienestar tendrá una cuenta de Instagram, TikTok, Facebook y Pinterest. Aquí se hará la difusión de cada uno de los platos, el servicio y además las experiencias, lo que permitirá a los clientes interactuar con el establecimiento, entre ellos videos e

imágenes y por último en la página encontraran disponibilidad de horarios de atención, como también un enlace que se conecta directamente a una línea de atención al cliente.

Figura 30

Página Facebook



Nota. Fuente: Autoría propia

- **Promoción**

Se ofrecerán descuentos especiales para grupos de 10 o más personas que contraten nuestros planes de dieta terapéuticos, además con motivos de ciertas fechas especiales se aplicaran descuentos del 8% en los servicios ofrecidos durante día de la madre, día del padre, día del hombre, día de la mujer, día del trabajador, navidad y el día de amor y amistad, Estos descuentos exclusivos tienen como objetivo fomentar el bienestar y la salud de nuestros clientes en momentos significativos del año.

4.6. Presupuesto de la mezcla de mercadeo

Teniendo en cuenta las estrategias mencionadas anteriormente se realizaron diferentes cotizaciones para establecer el presupuesto aproximado.

Tabla 10

Presupuesto de mercado

Variable	Producto	Inversión	Responsable
Página web	Diseño y desarrollo	\$50.000	Gerente
Redes sociales	Creación de las diferentes cuentas de Facebook, tik tok, Instagram	\$450.000	Gerente
Canales de radio	Para expandir la información del establecimiento a pueblos y zonas cercanas de la ciudad.	\$300.000	Gerente
WhatsApp business	Para mejorar la comunicación del establecimiento y clientes.	\$250.000	Gerente
Influencer	Ayuda a conocer más acerca del establecimiento, platillos y servicios a diferentes personas de la ciudad.	\$500.000	Gerente
TOTAL		\$1.550.000	

Nota. Fuente: Autoría propia

5. Plan de operaciones

5.1. Ficha técnica de productos y/o servicios

En la ficha técnica se detallarán las características de 3 platos en específico para 3 condiciones de salud: diabetes, hipertensión y trastornos alimenticios. Con el fin de que los consumidores se instruyan más acerca de la información de su platillo.

Tabla 11

Ficha para persona diabética

Ficha Técnica	
Nombre del plato	Pollo con coliflor
Descripción	Este plato está diseñado para una persona diabética, con la elección cuidadosa de sus ingredientes bajos en azúcar y glucosa con excelentes componentes nutritivos que sustituyan los ingredientes sobre procesados.
	
Ingredientes	Pollo Coliflor Arroz Frijol Fruta (verde)
Cantidades	Pollo 180 g Coliflor 80 g Arroz 100 g Frijol 30 g Fruta (verde) 150 ml
Aportes Nutricionales	Calorías 124 kcal Carbohidratos 50.9 g Fibras 5.8 g Vitaminas y minerales Vitamina c 0.0823 g Vitamina k 0.000016 g Potasio 1.031 g Magnesio 0.110 g

Nota. Fuente: Autoría propia

Tabla 12

Ficha para persona hipertensa

Ficha Técnica	
Nombre del plato	fish pasta
Descripción	Este plato está diseñado para una persona hipertensa, con la elección cuidadosa de sus ingredientes y componentes nutritivos que sea agradable a su paladar.
	
Ingredientes	pescado pasta tomate agua de coco
Cantidades	Pescado 100 g Pasta 80 g Tomate 110 g agua de coco 200 ml
Aportes Nutricionales	Vitaminas A 0.00017 g Vitamina D 0.0000015 g Vitamina B 0.0009 g Yodo 0.00007 g Zinc 0.001 g Fosforo 0.28 g Omega-3 0.8 g Fibra 0.0025 g antioxidantes como el licopeno 0.0056 g Electrolitos 0.65 g

Nota. Fuente: Autoría propia

Tabla 13

Ficha para persona con trastornos alimenticios

Ficha Técnica															
Nombre del plato	Estofado de res														
Descripción	Este plato está diseñado para una persona con trastornos alimentarios, seleccionando cuidadosamente todos sus ingredientes y cantidades para agradar a la persona que presente la condición de salud.														
															
Ingredientes	Carne de res papa zanahoria zumo de frutas														
Cantidades	Carne de res 150 g Papa 150 g Zanahoria 100 g zumo de frutas 150 ml														
Aportes Nutricionales	<table> <tr> <td>vitamina B12</td><td>0.00000375 g</td></tr> <tr> <td>vitamina A</td><td>0.0042 g</td></tr> <tr> <td>hierro</td><td>0.0048 g</td></tr> <tr> <td>zinc</td><td>0.00075 g</td></tr> <tr> <td>carbohidratos</td><td>0.056 g</td></tr> <tr> <td>fibra</td><td>0.006 g</td></tr> <tr> <td>antioxidantes</td><td>0.000015 g</td></tr> </table>	vitamina B12	0.00000375 g	vitamina A	0.0042 g	hierro	0.0048 g	zinc	0.00075 g	carbohidratos	0.056 g	fibra	0.006 g	antioxidantes	0.000015 g
vitamina B12	0.00000375 g														
vitamina A	0.0042 g														
hierro	0.0048 g														
zinc	0.00075 g														
carbohidratos	0.056 g														
fibra	0.006 g														
antioxidantes	0.000015 g														

Nota. Fuente: Autoría propia

5.2. Localización e identificación del tamaño del negocio

Localización

Con el objetivo de determinar el mejor sitio para el establecimiento se elaborará una matriz en la cual, se proponen los lugares potenciales, en donde se pretende implementar el proyecto, además se tendrá en cuenta un factor fundamental que corresponde a los requerimientos establecidos por la normatividad municipal vigente, a cada lugar potencia, se le asignará un porcentaje dependiendo de la importancia que tenga para la implementación del proyecto. A cada factor se le dará una puntuación, para obtener el ponderado de cada sitio, y elegir de manera adecuada la mejor opción.

La matriz de localización que se presenta a continuación da a conocer tres alternativas con las siguientes ubicaciones: Panamericana en el norte de la ciudad, en el centro cuadras y las Américas. Y como factores relevantes se toma:

1. Afluencia de personas
2. Acceso
3. Valor de los servicios públicos
4. Arrendamientos
5. Seguridad
6. Promoción de locales
7. Estilo de vida

Tabla 14

Calificación

Calificación		
1	Mayor	Debilidad
2	Menor	Debilidad
3	Menor	Fortaleza
4	Mayor	Fortaleza

Nota. Fuente: Autoría propia

Tabla 15

Clasificación de localización

Factores críticos	Puntuación	Panamericana norte		Las cuadras		Las Américas	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Afluencia de personas	0,2	4	0,8	4	0,8	3	0,6
Acceso	0,1	3	0,3	4	0,4	4	0,4
Precio servicios públicos	0,05	1	0,05	1	0,05	2	0,1
Arrendamientos	0,2	1	0,2	1	0,2	2	0,4
Seguridad	0,05	1	0,05	4	0,2	2	0,1
Promoción de locales	0,1	3	0,3	4	0,4	2	0,2
Estilo de vida	0,3	4	1,2	4	1,2	2	0,6
Total	1		2,9		3,25		2,4

Nota. Fuente: Autoría propia

Las cuadras (centro)

Se determina que las cuadras es el sitio más factible para desarrollar la idea de negocio. Para determinar esta afirmación, se realizó un análisis de cada uno de los factores que intervienen, teniendo en cuenta la calificación y ponderación.

- En la micro localización el factor uno denominado afluencia de personas para las cuadras, se le dio una puntuación de 0,2 y con una calificación de 4 ya que se la considera una fortaleza por estar ubicada en el centro de la ciudad, arrojando una ponderación del 0,8 y estar en una zona comercial idónea.
- Para el factor dos denominados accesos para las cuadras, se le dio una puntuación de 0,1 con una calificación de 4 porque sería un lugar muy accesible para empleados, arrojando una ponderación de 0,4 y ser un factor que beneficie a la llegada de los clientes potenciales.
- Para el factor tres denominado precios de servicios públicos para las cuadras, se le dio una puntuación de 0,05 y con una calificación de 1 porque en el centro de la ciudad es demasiado alto el costo de los servicios públicos, arrojando una ponderación de 0,05, por lo tanto, este factor se considera una debilidad.
- En el factor cuatro denominado arrendamientos para las cuadras, se le dio una puntuación de 0,2 y con una calificación de 1, porque el arrendamiento en el centro de la ciudad es muy costoso, arrojando una ponderación de 0,2 siendo así más difícil para adentrarse en un lugar adecuado y beneficioso en este sector.
- Para el factor cinco denominado seguridad para las cuadras, se le dio una puntuación de 0,05 y con una calificación de 4, ya que en el centro de la ciudad la seguridad es aún mayor que en cualquier otra zona, contando con agentes de control ante cualquier situación de riesgo, arrojando una ponderación de 0,2, siendo una fortaleza que garantice tranquilidad y paz para las personas.
- En el factor seis denominado promoción de locales para las cuadras, se le dio una puntuación de 0,1 y con una calificación de 4, ya que fortalece al tipo de servicio especializado que se brinda, diferente a cualquier otro arrojando una ponderación de 0,4 favoreciendo significativamente al establecimiento.

- Para el factor siete denominado estilos de vida para las cuadras, se le dio una puntuación de 0,3 y con una calificación de 4 ya que en el centro de la ciudad se encuentran personas de diferentes estratos sociales, arrojando una ponderación de 1,2 lo que fortalece al establecimiento, pues va dirigido a todos los estratos.

5.3. Descripción de procesos de producción, ventas y servicios

Tabla 16

Descripción de procesos

No	Proceso	Herramientas	No trabajadores	Tiempo
1	Desinfección de los alimentos 	Mano de obra	2	1 hora
2	Pelado de los ingredientes 	Cuchillo pelador verduras frutas	o 2 de y	30 minutos
3	Corte de los ingredientes 	Cuchillo, mano de obra y tabla de picar	2	20 minutos

No	Proceso		Herramientas	No trabajadores	Tiempo
4	Cocción controlada de los ingredientes		Estufa, olla, sartenes, mano de obra, estufa y calderos	1	30 minutos
5	Emplatado higiénico del platillo		Mano de obra, y plato	1	2 minutos
6	Servicio inmediato del platillo		Mano de obra	1	5 minutos
Tiempo total					3 horas y 45 minutos

Nota. Fuente: Autoría propia

Diagrama de flujo de procesos Esta diseñado bajo la simbología establecida por norma ASME es utilizada para diagramas de flujo de transformación de materia prima.

Figura 31*Diagrama flujo de procesos de producción de alimentos*

Diagrama de flujo								
Objeto: Compra y preparación de los aliemntos							Actividad simbolica	
Actividad: Inspección, compra, transforación y comercialización								Operación
								Inspección
								Desplazamiento
								Espera
								Almacenamiento
Descripción	Símbolo					Tiempo	Observaciones	
								
Inicio del proceso							Auxiliares de cocina	
Desinfección de los alimentos						1 hora		
Pelado de los ingredientes						30 minutos		
Inspección de la calidad del pelado de los ingredientes						3 minutos		
Corte de los ingredientes						20 minutos		
Cocción controlada de los ingredientes						30 minutos	Chef	
Inspección de la calidad de la coccioó los respectivos alimentos						3 minutos	Chef	
Emplatado higiénico del platillo						2 minutos		
Inspección del platillo final						3 minutos	Mesero	
Servicio Inmediato del platillo						5 minutos		
fin del proceso								

Nota. Fuente: Autoría propia

Diagrama de flujo de actividades: Esta diseñado bajo la simbología establecida por norma ANSI es utilizada para elaboración de diagramas de flujos de procesos administrativos.

Figura 32

Diagrama de flujo proceso de compra, transporte y almacenamiento de materia prima

Diagrama de flujo administrativo								Actividad simbólica	
Objeto: Compra y almacenamiento de materia prima									
El este diagrama se van a describir las diferentes actividades de la parte administrativa en la selección, inspección, compra y transporte de la materia prima									Actividad
									Documento
									Decisión o alternativa
									Archivo
									Conector de página
									Conector
Descripción							Tiempo	Observaciones	
Inicio								Personal administrativo	
Solicitud y cotización de proveedores MP							15 minutos		
Selección de proveedor							10 minutos		
Inspección de insumos alimentarios							30 minutos		
Selección de insumos frescos y aptos							20 minutos		
Orden de compra MP							10 minutos		
Transporte de MP							30 minutos		
Entrega de la MP al resaturante							1 hora	Personal administrativo	
Recepcion y Descarga de la MP							30 minutos		
Inspección de la materia prima recién llegada							30 minutos	Personal del Restaurante	
Almacenamiento en despensa o area de insumos							45 minutos		
Registro en inventarios							1 hora	Personal administrativo	
Fin del proceso y registro de inventarios.									

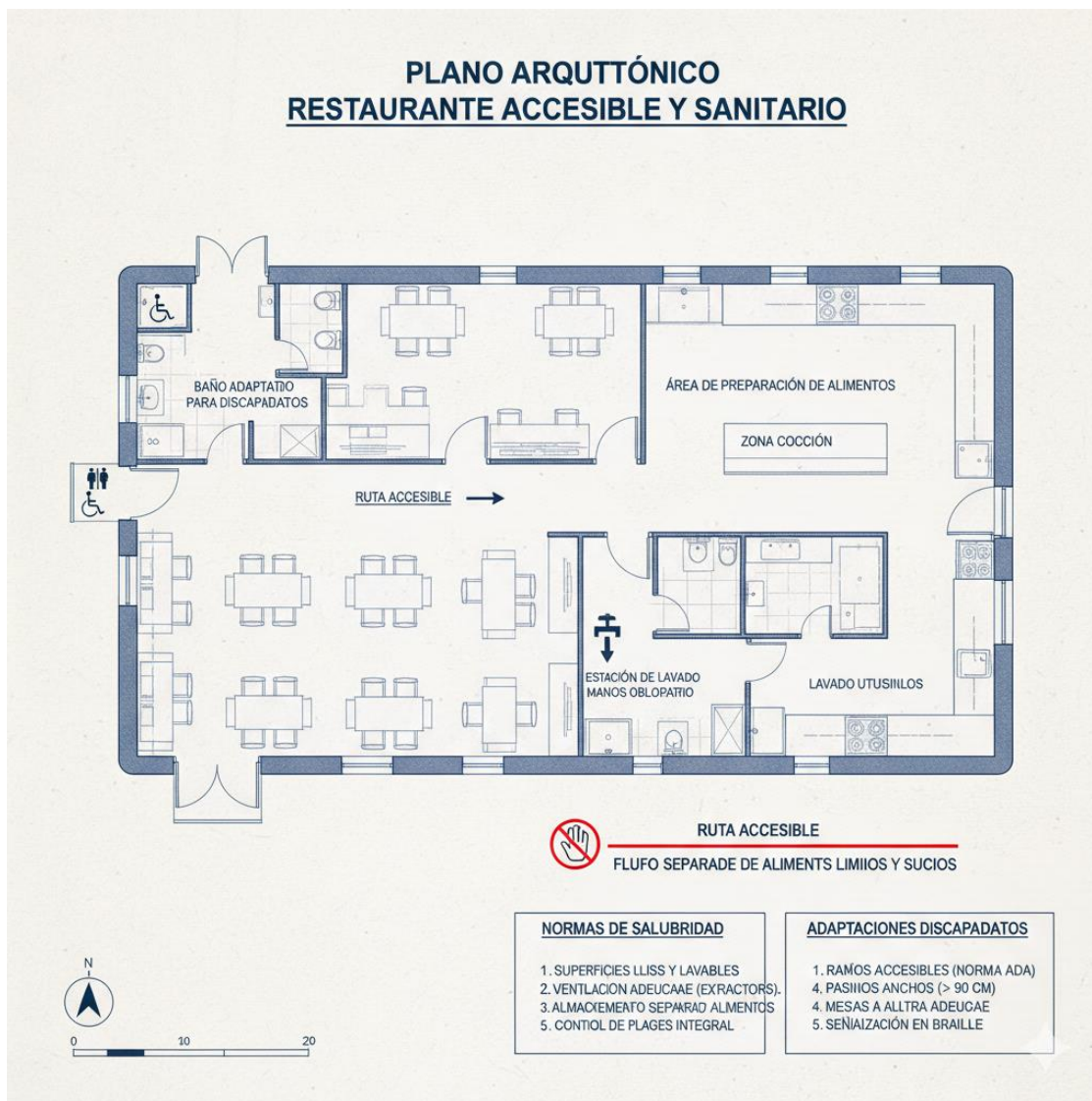
Nota. Fuente: Autoría propia

5.4. Distribución física e ingeniería del proyecto

Para la instalación del establecimiento del restaurante volcán bienestar se requiere un área aproximada de 40 metros cuadrados (25 metros de largo y 15 metros de fondo). En la siguiente figura se muestra el plano de la empresa.

Figura 33

Plano de distribución



Nota. Fuente: Autoría Propia

Distribución de la planta física**Figura 34***Distribución de la bodega*

Nota. Fuente: Autoría propia

La planta física contará con una bodega la cual será de gran utilidad ya que esta va ayudar a lograr mantener los diferentes ingredientes como pueden ser la proteína, las verduras y las frutas de una buena calidad para lograr así atender de la mejor manera a los clientes.

Figura 35*Distribución de la cocina*

Nota. Fuente: Autoría propia

La cocina se dispondrá de manera que el chef y sus auxiliares cuenten con las herramientas necesarias para la correcta elaboración de los distintos platos. Así mismo, se garantizará el cumplimiento estricto de las normas de salubridad vigente emitidas por INVIMA.

Figura 36

Distribución de la barra



Nota. Fuente: Autoría propia

El local también contara con una barra en donde los clientes lograrán pasar un rato agradable interactuando con otros clientes o en donde se podrán tomar algo mientras esperan por su comida o pasar un rato de tranquilidad.

Figura 37

Distribución del comedor



Nota. Fuente: Autoría propia

El espacio será destinado a los clientes podrán disfrutar de los diferentes menús ofrecidos, contribuyendo a la mejora de su condición de vida en base a una alimentación saludable, reconocida como un factor determinante para una mejor calidad de vida.

5.5. Necesidades y requerimientos

Tabla 17

Necesidades y requerimientos

Necesidades y requerimientos			
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Caja			
Computador	1	\$ 2.500.000	\$2.500.000
Caja registradora	1	\$1.136.000	\$1.136.000
Datafono	1	\$400.000	\$400.000
Escritorio	1	\$200.000	\$200.000
Cocina			
Estufa	1	\$3.090.000	\$3.090.000
Nevera	1	\$2.500.000	\$2.500.000
Utensilios	2	\$400.000	\$800.000
Vajilla	15	\$120.000	\$1.800.000
Ollas industriales	5	\$385.000	\$1.925.000
Licuadaora	3	\$600.000	\$1.800.000
Microondas	2	\$1.500.000	\$3.000.000
Parrilla	1	\$2.300.000	\$2.300.000
Plancha	1	\$1.300.000	\$1.300.000
Freidora de aire	2	\$600.000	\$1.200.000
Tablas de picar	4	\$15.000	\$60.000
Congelador	1	\$2.000.000	\$2.000.000
Extractor de olores	1	\$2.000.000	\$2.000.000
Gramera	3	\$150.000	\$450.000
Juego de 6 vasos	10	\$60.000	\$600.000
Sartenes	7	\$200.000	\$1.400.000
Set de cuchillos x 6	4	\$200.000	\$800.000
Estanterías	2	\$350.000	\$700.000
Set de utensilios de madera	2	\$200.000	\$400.000
Azucarera	1	\$40.000	\$40.000
Salero	2	\$40.000	\$80.000
Porta servilletas	2	\$20.000	\$40.000
Paquetes de toallas de papel	2	\$40.000	\$80.000
Comedor			
Sillas	40	\$61.000	\$2.440.000

Necesidades y requerimientos			
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Mesas	10	\$125.000	\$1.125.000
Manteles	10	\$80.000	\$800.000
Vidrio	10	\$120.000	\$1.200.000
Paquetes de servilletas	10	\$5.000	\$50.000
Porta mondadientes	10	\$25.000	\$250.000
Bodega			
Kit de primeros auxilios	1	\$300.000	\$300.000
Extintor	1	\$73.000	\$73.000
Puntos ecológicos	5	\$52.000	\$260.000
Paquetes de bolsas de basura	4	\$13.000	\$52.000
Productos de aseo	2	\$180.000	\$360.000
Estanterías	3	\$350.000	\$1.050.000
Oficina			
Escritorio	1	\$200.000	\$200.000
Silla	1	\$100.000	\$100.000
Computador	1	\$2.500.000	\$2.500.000
Decoración			
Plantas	10	\$18.000	\$180.000
Reloj de pared	2	\$25.000	\$50.000
Televisor	2	\$2.000.000	\$4.000.000
Soporte	2	\$150.000	\$300.000
Ventilador	2	\$140.000	\$280.000
Lámpara	8	\$35.000	\$280.000
Sistema de seguridad	1	\$500.000	\$500.000
Set de cuadros decorativos x 3	3	\$120.000	\$360.000
Paquetes de papel higiénico	2	\$38.000	\$76.000
Jabón para manos	2	\$50.000	\$100.000
Dispensador de jabón	5	\$35.000	\$175.000
Total			\$49.662.000

Nota. Fuente: Autoría propia

5.6. Plan de producción y operación

Numero o cantidad de platos a producir

A continuación, se detalla el tamaño de la producción del establecimiento en el primer año.

Tabla 18*Producción en número platos del primer año*

producción	Año 1
Anual	20312
Mensual	1693
Diario	65

Nota. Fuente: Autoría propia

Por consiguiente, se da a conocer el tamaño de la producción de los cinco años proyectados, describiendo las cantidades de platos anuales mensuales y diarios a producir.

Tabla 19*Producción en número de platos de los cinco años siguientes*

Producción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5
Anual	20312	21133	21987	22875	23800
Mensual	1693	1761	1832	1906	1983
Diario	65	68	70	73	76

Nota. Fuente: Autoría propia

6. Aspectos organizacionales

6.1. Estructura organizacional

La estructura organizacional de VOLCÁN DE BIENESTAR se enfoca en clasificar y definir el orden jerárquico de las diferentes actividades del personal, con el fin de garantizar el correcto desarrollo de la entidad, desde el gerente hasta los encargados de los servicios generales. A continuación se presenta el esquema correspondiente:

Figura 38

Escala empresarial

Nota. Fuente: Autoría propia

6.2. Descripción de funciones

A continuación, se va a describir los diferentes perfiles de trabajadores que se cree necesario para lograr cumplir los objetivos del establecimiento ya que se sabe que cuando se tiene un buen equipo de trabajo todo funciona de la manera más sencilla y eficaz posible.

Figura 39

Manual de funciones del gerente

Manual de funciones para un restaurante especializado en menús para condiciones de salud.		
Identificación del cargo	Cargo	Gerente
	N. De Cargos	1
	Dependencia	Dirección general
	Jefe Inmediato	No aplica
Funciones del cargo	• Capacitación del personal, formar al personal sobre las condiciones de salud y las condiciones dietéticas para que puedan brindar un servicio informado y adecuado. • Planear, coordinar y controlar las operaciones productivas, comerciales y administrativas. • Gestión de proveedores, seleccionar y negociar con proveedores que ofrezcan ingredientes de alta calidad y que cumplan con las normativas de salud. • Cumplimiento normativo, asegurarse de que el restaurante cumpla con todas las regulaciones de salud y seguridad alimentaria. • atención al cliente, manejar las quejas y sugerencias de los clientes asegurándose de que se sientan valorados y escuchados. • Evaluación de satisfacción, implementar encuestas o métodos de retroalimentación para evaluar la satisfacción del cliente. • Implementar acciones de mejora continua y control de calidad en producción del servicio.	
Perfil del cargo	Estudios	Profesional en Administración
	Experiencia	1 año en el área de servicios gastronómicos o hoteleros
	Conocimientos	Planeación estratégica, finanzas, producción
	Habilidades y competencias	Liderazgo, comunicación efectiva, toma de decisiones, trabajo en equipo, gestión del tiempo, resolución de conflictos.

Nota. Fuente: Autoría propia

Figura 40

Manual de funciones del nutricionista

Manual de funciones para un restaurante especializado en menús para condiciones de salud.			
Identificación del cargo	Cargo	Nutricionista	
	N. De Cargos	1	
	Dependencia	Dirección general	
	Jefe Inmediato	Gerente	
Funciones del cargo	• Desarrollo y elaboración de menús que cumplan con las pautas nutricionales y las necesidades específicas de los clientes, como opciones para diabéticos, hipertensos. • Evolución nutricional, realizar análisis de los ingredientes y platos para asegurarse de que cumplan con los estándares de salud y nutrición. • Asesoría a clientes, proporcionar orientación a los clientes sobre sus opciones alimenticias, ayudándoles a elegir platos que se alineen con sus necesidades dietéticas. • Investigación de nuevas tendencias, mantenerse actualizado sobre las tendencias en nutrición y salud, así como nuevas investigaciones que puedan influir en los menús y prácticas del restaurante. • Colaboración multidisciplinaria, trabajar en estrecha colaboración con chefs, gerentes y otros profesionales para asegurarse que todos los aspectos del restaurante estén alineados.		
Perfil del cargo	Estudios	Profesional en nutrición	
	Experiencia	2 años en gestión nutricional.	
	Conocimientos	gestión nutricional, diseño de planes nutricionales para restaurantes con enfoque saludable.	
	Habilidades y competencias	Liderazgo, comunicación efectiva, toma de decisiones, trabajo en equipo, gestión del tiempo, resolución de conflictos.	

Nota. Fuente: Autoría propia.

Figura 41

Manual de funciones del contador

Manual de funciones para un restaurante especializado en menús para condiciones de salud.		
Identificación del cargo	Cargo	Contador
	N. De Cargos	1
	Dependencia	Dirección general
	Jefe Inmediato	Gerente
Funciones del cargo	• Realizar conciliaciones bancarias y de cuentas por pagar y por cobrar (incluye cobros y pagos). • Elaborar estados financieros periódicos: balance general, estado de resultados y flujo de efectivo. • Registrar y controlar todas las operaciones financieras de la empresa: ingresos, egresos, compras y pagos. • Liquidar preparar y presentar declaraciones de impuestos. • Calcular costos de producción y elaborar estados de costos internos. • Parametrización del sistema contable. • Cumplir con normativa tributaria, financiera y contable vigente a nivel nacional y local. • Realizar presupuesto del restaurante.	
Perfil del cargo	Estudios	Profesional en contaduría pública (tarjeta profesional vigente)
	Experiencia	1 año en el cargo de contador público.
	Conocimientos	Normas contables nacionales e internacionales (NIIF), legislación tributaria, sistemas ERP y contables
	Habilidades y competencias	Atención al detalle, análisis financiero, ética profesional, comunicación efectiva, responsabilidad y trabajo en equipo.

Nota. Fuente: Autoría propia

Figura 42

Manual de funciones del chef

Manual de funciones para un restaurante especializado en menús para condiciones de salud.			
Identificación del cargo	Cargo	Chef	
	N. De Cargos	1	
	Dependencia	Dirección general	
	Jefe Inmediato	Gerente	
Funciones del cargo	• Seleccionar ingrediente de temporada frescos y de calidad, colabora con el nutricionista para obtener un balance de calorías, vitaminas, y minerales. • Supervisión de la preparación, dirige el equipo de cocina en la elaboración de platillos verificando porciones precisas métodos de cocción saludables y brindar una textura y excelente presentación. • Gestión de ingredientes, selecciona proveedores de productos frescos orgánicos y libres de toxinas controlando inventarios para minimizar desperdicios y costos. • Higiene y cumplimiento, garantiza normas estrictas de higiene alimentaria, supervisa limpieza y entrena al personal en seguridad para prevenir contaminaciones.		
Perfil del cargo	Estudios	Profesional en gastronomía	
	Experiencia	1 año en trabajo de alta cocina en el ámbito saludable.	
	Conocimientos	Apto con técnicas culinarias, seleccionador de ingredientes de calidad, experto en higiene y seguridad, gestión y liderazgo y habilidades blandas.	
	Habilidades y competencias	Liderazgo, comunicación efectiva, toma de decisiones, trabajo en equipo.	

Nota. Fuente: Autoría propia

Figura 43

Manual de funciones auxiliar de cocina

Manual De Funciones Para Un Restaurante Especializado En Menús para condiciones de salud.		
Identificación del cargo	Cargo	Auxiliar de cocina
	N. De Cargos	1
	Dependencia	Dirección general
	Jefe Inmediato	Chef principal
Funciones del cargo	• Preparación de ingredientes, limpia, pela, corta y pica verduras, frutas carnes según indicaciones, pesa y mide cantidades precisas para dietas nutricionales. • Limpieza y orden, mantiene utensilios superficies y áreas de trabajo impecables bajo normas, lava platos y recoge residuos para prevenir contaminaciones. • Asistencia al chef, colabora en la elaboración de platos simples, prepara salsas y guarniciones saludables y organiza ingredientes listos para cocción rápida durante servicios intensos. • Apoyo en servicio, ayuda presentando platillos transportando órdenes y asegurando que todo esté listo para el emplatado final por el chef.	
Perfil del cargo	Estudios	Técnico o tecnólogo en cocina
	Experiencia	1 año en cocina saludable, técnicas de preparación corte y buena disciplina.
	Conocimientos	Planeación estratégica, finanzas, producción animal, calidad e indicadores operativos.
	Habilidades y competencias	comunicación efectiva, toma de decisiones, trabajo en equipo, orden.

Nota. Fuente: Autoría propia

Figura 44

Manual funciones auxiliares de mesa

Manual De Funciones Para Un Restaurante Especializado En Menús para condiciones de salud.			
Identificación del cargo	Cargo	Mesero (a)	
	N. De Cargos	1	
	Dependencia	Dirección general	
	Jefe Inmediato	No aplica	
Funciones del cargo	• Preparación de mesas, realiza mise en place: coloca manteles, cubiertos, copas servilletas y elementos decorativos antes del servicio. • Apoyo en servicio, lleva platos, bebidas, pan y agua a las mesas, retira vajilla sucia y restos durante la comida entrega comandas. • Limpieza y orden, limpia derrames mantiene el sitio impecable repone servilletas, asegura la higiene constante para todo el establecimiento. • Atención básica, saluda clientes los acompaña a mesas y responde preguntas simples, actúa entre cocina y comedor para servir los platillos.		
Perfil del cargo	Estudios	Estudios secundarios, auxiliar	
	Experiencia	1 año en atención al cliente.	
	Conocimientos	Atención básica, limpieza y orden, apoyo en servicio.	
	Habilidades y competencias	comunicación efectiva, trabajo en equipo, gestión del tiempo.	

Nota. Fuente: Autoría propia

Figura 45

Manual funciones del cajero

Manual de funciones para un restaurante especializado en menús para condiciones de salud.			
Identificación del cargo	Cargo	Cajero	
	N. De Cargos	1	
	Dependencia	Dirección general	
	Jefe Inmediato	Gerente	
Funciones del cargo	• Procesamiento de pagos, recibe pagos en efectivo tarjetas o digitales emite facturas y recibos. • Atención inicial, saluda clientes al ingreso asigna mesas disponibles informa sobre promociones. • Control de caja, apertura y cierre de caja diaria, conteo de fondos iniciales y finales. • Servicio al cliente, responde consultas sobre menús para condiciones de salud. • Mantenimiento administrativo, realiza inventarios básicos de suministros de caja.		
Perfil del cargo	Estudios	Auxiliar o tecnólogo en Administración	
	Experiencia	1año en gestión financiera, auxiliar contable	
	Conocimientos	Atención al cliente.	
	Habilidades y competencias	Liderazgo, comunicación efectiva, toma de decisiones, trabajo en equipo.	

Nota. Fuente: Autoría propia

Figura 46

Manual de funciones SS Generales

Manual de funciones para un restaurante especializado en menús para condiciones de salud.		
Identificación del cargo	Cargo	SS Generales
	N. De Cargos	1
	Dependencia	Dirección general
	Jefe Inmediato	Gerente
Funciones del cargo	• Limpieza general, limpia y desinfecta pisos, paredes, baños comedor y zonas de almacenamiento diariamente. • Mantenimiento básico, realiza reparaciones menores en equipos, plomería, iluminación. • Apoyo logístico, organiza almacenes, recibe mercancías, gestiona residuos y apoya en eventos. • Mantiene los equipos limpios y ordenados.	
Perfil del cargo	Estudios	Auxiliar en servicios varios
	Experiencia	2 años en gestión de servicios generales.
	Conocimientos	Limpieza general, mantenimiento básico, apoyo logístico.
	Habilidades y competencias	comunicación efectiva, trabajo en equipo, gestión del tiempo.

Nota. Fuente Autoría propia

6.3. Normativa

6.3.1. Normatividad empresarial

VOLCAN DE BIENESTAR se constituirá como una sociedad por acciones simplificada SAS.

Para crear una Sociedad Anónima Simplificada (SAS), es necesario cumplir con la normatividad específica establecida en la legislación del país donde se pretenda constituir la empresa. A continuación, se mencionan algunas normativas comunes que suelen aplicarse para la creación de una SAS:

Regulada según la Ley 1258 de 2008(*Ley 1258 de 2008 - Gestor Normativo, s. f.-a*): Es la ley que crea y regula las Sociedades por Acciones Simplificadas. En esta ley se establecen aspectos como:

- Constitución de la sociedad mediante documento privado.
- Flexibilidad en la estructura organizacional.
- Responsabilidad limitada al monto de los aportes.

Régimen tributario y contable.

Decretos reglamentarios

- Decreto 2042 de 2014(*Decreto 2042 de 2014 - Gestor Normativo, s. f.*): reglamenta aspectos relacionados con el registro único empresarial y social.
- Decreto 019 de 2012(*Decreto 19 de 2012 - Gestor Normativo, s. f.*): Facilita los tramites de constitución de las empresas permitiendo su creación por documento privado y sin necesidad de escritura pública.

Constitución Legal de la Empresa:

Tipo de Sociedad: Puede optar por constituir una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), que ofrece flexibilidad y responsabilidad limitada para los socios.

Registro Mercantil: Inscribir la empresa en la Cámara de Comercio de la jurisdicción correspondiente.

Registro Único Tributario (RUT): Obtener el RUT ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).

Ley 863 de 2003(*Ley 863 de 2003 - Gestor Normativo, s. f.*): En su artículo 19, se establece la creación del Registro Único Tributario (RUT) como el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyentes, declarantes o responsables del cumplimiento de obligaciones administradas por la DIAN.

La empresa será una SAS, siguiendo los lineamientos de la Ley 1258 de 2008(*Ley 1258 de 2008 - Gestor Normativo, s. f.-b*).

El Documento de Constitución de la SAS debe incluir:

- Nombre, domicilio y objeto sociales de la empresa.
- Número de socios (mínimo dos para SAS).
- Aportes de cada socio y forma de pago.
- Estructura orgánica (junta de socios, gerente).

- Duración de la sociedad.
- Inscripción en la Cámara de Comercio de Pasto, aportando el Documento de Constitución, certificado de existencia y representación legal y copias de cédulas de los socios.

Registro Único de Identificación Tributaria (RUT) ante la DIAN para declarar y pagar impuestos, emitir facturas y realizar otras actividades fiscales.

Obtención de licencia de funcionamiento ante la Secretaría de Gobierno Municipal de Pasto, cumpliendo con requisitos sanitarios, de seguridad y ambientales.

6.3.1.1. Misión

"Nuestra misión es ofrecer una propuesta gastronómica consciente y especializada para personas con condiciones de salud específicas. Nos dedicamos a integrar el rigor de la ciencia nutricional con la riqueza de los productos locales, garantizando seguridad, bienestar y un sabor excepcional en cada menú, para que nuestros comensales disfruten de una alimentación saludable, empática y sin restricciones en su mesa contando con personal idóneo y competente, bajo procesos estandarizados y de calidad, en pro de la mejora continua."

6.3.1.2. Visión

"Para el año 2031, aspiramos a consolidarnos como la referencia líder en gastronomía nutricional y terapéutica en el sur de Colombia. Buscamos ser reconocidos en San Juan de Pasto por nuestra innovación constante en menús especializados y por el uso responsable de la despensa nariñense, logrando que el bienestar alimenticio sea un estándar de excelencia médica y placer culinario que inspire a nuestra comunidad a vivir una vida más plena y saludable."

6.3.1.3. Valores corporativos

Los valores por los cuales se va a regir el negocio enfocándose en la atención al cliente y en su bienestar personal y de su círculo familiar más cercano y en base a esto se tuvo en cuenta que los siguientes valores lo representa de la mejor manera:

- **Rigor y Seguridad Alimentaria:** Actuamos con precisión técnica en la selección de ingredientes y preparación de menús, garantizando que cada plato cumpla estrictamente con los requerimientos nutricionales de nuestros clientes. La salud del comensal es nuestra prioridad absoluta.

- **Empatía y Cuidado:** Entendemos que detrás de cada dieta hay una historia personal. Brindamos un servicio humano, comprensivo y acogedor, creando un entorno donde el cliente se sienta cuidado, no limitado.

- **Excelencia Gastronómica:** Creemos que la salud no debe sacrificar el placer. Nos esforzamos por innovar en sabores, texturas y presentaciones, demostrando que la comida terapéutica puede ser una experiencia gourmet de alta calidad.

- **Identidad y Sostenibilidad Regional:** Valoramos la despensa de **Nariño**. Priorizamos el uso de productos locales y frescos, apoyando a los productores de nuestra región y promoviendo una economía circular y respetuosa con el entorno.

- **Integridad y Transparencia:** Mantenemos una comunicación clara y honesta sobre el origen, los beneficios y los componentes de nuestros menús, construyendo una relación de confianza total con la comunidad y los profesionales de la salud.

6.3.1.4. Principios corporativos

Después de un análisis intensivo se tuvo en cuenta que la entidad se va a regir por las siguientes normas que van a guiar el día a día de la entidad:

- **Prevalencia del Bienestar sobre el Beneficio:** Toda decisión comercial o de menú se supedita a la seguridad y salud del cliente. Si un ingrediente no cumple con el estándar nutricional requerido, no se sirve, sin excepciones.

- **Innovación Basada en Evidencia:** Nuestras recetas no son improvisadas; se fundamentan en conocimientos nutricionales actualizados y técnicas culinarias que preservan la integridad de los alimentos.

- **Honestidad en el Plato:** Garantizamos transparencia total sobre los ingredientes y procesos de cocción. El cliente siempre sabrá exactamente qué está consumiendo y cómo beneficia a su condición específica.

- **Soberanía Alimentaria y Respeto al Origen:** Priorizamos el uso de la despensa de Nariño. Honramos el trabajo del campesino local, transformando productos frescos de la región en medicina gastronómica.

- **Hospitalidad Inclusiva:** Diseñamos una experiencia donde la restricción alimentaria no sea una barrera social. El restaurante es un espacio de integración donde comer sano es un privilegio compartido, no una limitación.

- **Educación Continua:** Fomentamos una cultura de aprendizaje tanto en nuestro equipo como en nuestros comensales, compartiendo información valiosa sobre hábitos de vida saludable.

6.3.2. Normativa Tributaria

Una vez constituida como empresa SAS o (Sociedad por Acciones Simplificadas), VOLCAN DE BIENESTAR estará obligada a:

Registro ante la autoridad tributaria: La empresa deberá registrarse ante la autoridad tributaria correspondiente y pedir un número de identificación fiscal o un número de identificación tributaria (NIT) para cumplir con sus diferentes obligaciones fiscales.

Impuesto de renta: La SAS (Sociedad por Acciones Simplificadas) estará sujeta al impuesto sobre la renta, que grava las utilidades generadas por la empresa, Deberá presentar declaraciones periódicas de impuestos de renta y pagar los impuestos correspondientes de acuerdo con la legislación tributaria vigente.

Impuesto al Valor Agregado (IVA): La empresa deberá cumplir con las obligaciones relacionadas con la recaudación, declaración y pago de este impuesto sobre las ventas de sus productos o servicios, así como también sobre las compras y gastos relacionados con su actividad comercial. 5611

Retenciones en la fuente: Es posible que la SAS esté sujeta a retención en la fuente sobre pagos realizados a proveedores, contratistas o empleados, dependiendo de la naturaleza de las transacciones y los servicios prestados por el establecimiento.

Obligaciones contables y de reporte: La empresa deberá mantener registros contables adecuados y oportunos, presentar informes financieros y contables periódicos ante la autoridad tributaria, conforme a los requerimientos establecidos por la legislación vigente.

Emisión de facturas electrónicas: La empresa deberá emitir las facturas en formato electrónico que cumplan con los estándares y requisitos establecidos por las autoridades tributarias que así demandan.

Firma digital y validación: Las facturas electrónicas suelen requerir una firma digital o un sello electrónico para garantizar su autenticidad e integridad.

Transmisión electrónica: Las facturas electrónicas deben ser transmitidas electrónicamente a los receptores designados, ya sea a través de una plataforma en línea, correos electrónicos u otros medios electrónicos autorizados.

Almacenamiento electrónico: Las empresas deben almacenar las facturas electrónicas de manera segura y accesible, preferiblemente durante un período de tiempo especificado por la legislación tributaria o el órgano encargado que así mande.

Otros impuestos y obligaciones: Además de los impuestos mencionados, la SAS podría estar sujeta a otros impuestos locales, regionales o sectoriales, así como a obligaciones adicionales como la retención en la fuente a título de impuesto de industria y comercio, contribuciones a la seguridad social, entre otros.

6.3.3. Normativa técnica

El Nuevo Estándar: Resolución 2309 de 2025

Desde finales de 2025, el Ministerio de Salud estableció los parámetros técnicos para el reconocimiento de "Restaurantes Saludables", en Pasto:

Criterios de Preparación: Debes priorizar ingredientes naturales, reducción de sodio (sal), eliminación de grasas trans y limitación de azúcares añadidos.

Técnicas de Cocción: La norma técnica exige fomentar métodos como el horneado, vapor o plancha, minimizando las frituras.

Reconocimiento Oficial: La Secretaría de Salud de Pasto es la encargada de otorgar este sello (vigencia de 2 años), tras verificar el cumplimiento de una lista de chequeo técnica específica para menús balanceados.

Etiquetado y Transparencia (Ley 2120 de 2021)(*Ley 2120 de 2021 - Gestor Normativo*, s. f.)

Aunque tu comida sea preparada en el sitio, si vendes productos complementarios envasados o si tu plan incluye "comida para llevar" con información nutricional, debes cumplir con:

Resolución 249 de 2023: Implementación de sellos octagonales de advertencia (Exceso en Sodio, Azúcares, etc.).

Declaración Nutricional: Para menús de salud, es técnico-obligatorio que el plan de negocios detalle cómo se informará al cliente sobre el contenido de carbohidratos, alérgenos o sodio en cada plato.

Normativa Sanitaria Local (Pasto)

La Secretaría de Salud de Pasto aplica la Resolución 2674 de 2013(*Resolución 2674 de 2013 Ministerio de Salud y Protección Social*, s. f.-a), pero con énfasis en:

Inscripción Obligatoria: Debes registrar tu establecimiento ante la Secretaría de Salud de Pasto antes de la apertura (proceso gratuito).

Prevención de Contaminación Cruzada: Al ser menús de salud, los protocolos de limpieza deben ser quirúrgicos para evitar trazas de alérgenos. Esto debe quedar plasmado en tu Plan de Saneamiento.

Capacitación Específica: El personal requiere el curso de manipulación de alimentos de 10 horas, incluir formación técnica en dietética y nutrición básica.

Requisitos de Infraestructura Técnica

Para Pasto, debido a las condiciones climáticas y la normativa local:

Cadena de Frío: Registro estricto de temperaturas (menores a 4 para perecederos) y calor (superiores a 60°C para servido), según la Guía de Inspección de la Subsecretaría de Salud Pública de Pasto.

Materiales: Superficies no porosas, equipos de acero inoxidable y áreas separadas para la preparación de dietas especiales.

Vertimientos y Residuos (EMPOPASTO)

Al ser un restaurante especializado, el manejo de residuos en Pasto tiene vigilancia técnica:

Trampa de Grasas: Es obligatorio instalar una trampa de grasas técnica antes de la conexión al alcantarillado de Empopasto. Se debe presentar un certificado de mantenimiento semestral.

Plan de Gestión de Residuos (PGIRS): Se debe contar con un contrato con una empresa autorizada en Pasto para la recolección de aceite vegetal usado (AVU) y evitar su vertimiento por el desagüe.

Uso de Suelo y Planeación

Antes de cualquier inversión, debes obtener el Concepto de Uso de Suelo en la Secretaría de Planeación Municipal (CAM PASTO).

Zonificación: Pasto protege áreas residenciales estrictas. Verifica que tu predio permita el uso "Comercial de Servicios Gastronómicos".

Fachadas y Letreros: Si estás en el **centro histórico** o cerca de zonas patrimoniales, el diseño de tu letrero debe ser aprobado por la oficina de Patrimonio para no violar la normativa de contaminación visual.

Requisitos de Seguridad (Bomberos Pasto)

El Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Pasto verifica:

Certificado de Seguridad Humana: Revisión de extintores (tipo K para cocinas), detectores de humo y señalización fotoluminiscente.

Instalación de Gas: Debe cumplir con la norma **NTC 2505** y estar certificada por un ente acreditado (como Montagas o similar en la región).

Checklist de Documentos Locales (Pasto 2026):

Tabla 20

Requisitos legales

Documento	Oficina en Pasto
Concepto de Uso de Suelo	Secretaría de Planeación (Anganoy)
Inscripción Sanitaria	Secretaría de Salud (Salud Ambiental)
Certificado de Bomberos	Cuerpo de Bomberos Voluntarios
Paz y Salvo Sayco & Acinpro	Oficina regional Pasto
Certificado de Vertimientos	Empopasto (si aplica por tamaño)

Nota. Fuente: Autoría propia

6.3.4. Normatividad Laboral

En el país de Colombia se rige principalmente por el código sustantivo de trabajo el cual describe los deberes y derechos de los trabajadores, y este está complementado por leyes importantes como la ley 50 de 1990(*Ley 50 de 1990 - Gestor Normativo*, s. f.), la ley 1429 del 2010(*Ley 1429 de 2010 - Gestor Normativo*, s. f.), la ley 1562 del 2012(*Ley 1562 de 2012 - Gestor Normativo*, s. f.), la ley 2114 del 2021(*Ley 2114 de 2021 - Gestor Normativo*, s. f.), y las reformas más recientes como puede ser la ley 2300 de 2023(*Ley 2300 de 2023 - Gestor Normativo*, s. f.), la ley 2466 del 2025(*Ley 2466 de 2025 - Gestor Normativo*, s. f.), que logro reformar aspectos del código sustantivo de trabajo y la ley 2101 del 2021, que esta tajo consigo la reducción gradual de la jornada laboral a 42 horas semanales para el presente año. Otros aspectos claven incluyen el decreto 0156 del 2026(Suárez, s. f.) que actualiza algunos aspectos del comité de convivencia laboral y disposiciones sobre el salario mínimo, seguridad social, auxilio de transporte.

Código Sustantivo de trabajo (CST)

Decreto – Ley 3743 de 1950 y Decreto 2663 de 1950.

Regula contratación laboral, jornada de trabajo, salario, seguridad social, terminación de contratos, y sindicatos.

Ley 50 de 1990: Reforma parcial al Código Sustantivo de Trabajo, introdujo nuevas modalidades de contratación y termino con la retroactividad de cesantías para los nuevos trabajadores.

Ley 100 de 1993: Crea el Sistema General de Seguridad Social Integral (Salud, pensión y ARL).

Ley 1429 del 2010: Formalización y generación de empleo. Beneficios tributarios y laborales de las pequeñas empresas.

El decreto 1072 del 2015 es el decreto único reglamentario del Sector del trabajo en Colombia, expedido el 26 de mayo del 2015. Este decreto consolido en un solo cuerpo normativo todas las disposiciones que reglamentan el sector trabajo.

El Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) exige a todas las empresas, sin importar su tamaño o actividad, implementar un sistema que identifique, evalúe y controle los riesgos laborales para proteger la salud y seguridad de sus trabajadores. Se deben seguir parámetros para diseñar, implementar, evaluar y mejorar el SG-SST. Las empresas deben contar con una política de prevención conocida por todos los empleados y hacer auditorías internas regularmente.

Los empleadores tienen la responsabilidad de garantizar buenas condiciones de trabajo, gestionar riesgos, investigar accidentes y tomar medidas correctivas. Los trabajadores, por su parte, deben participar en la implementación del SG-SST, respetar las medidas preventivas y reportar cualquier riesgo. En Colombia, los exámenes médicos ocupacionales están regulados por la

Resolución 2346 de 2007 y el Decreto 1072 de 2015, estableciendo tipos de exámenes y requisitos como la confidencialidad de los resultados y el consentimiento del trabajador.

La Ley 1562 de 2012 obliga a las empresas a realizar exámenes médicos para detectar problemas de salud que puedan afectar la seguridad laboral.

La Resolución 0312 de 2019 establece estándares mínimos para el SG-SST, incluyendo la vigilancia de la salud de los trabajadores. También se requiere la conformación del COPASST en empresas con 10 o más trabajadores, y en empresas más pequeñas, debe haber una persona responsable en Salud y Seguridad en el Trabajo.

La Ley 1010 de 2006 protege a los trabajadores contra actos que afecten su dignidad en el trabajo, y las empresas pueden ser sancionadas por no manejar adecuadamente las denuncias de acoso laboral.

La Ley 2300 de 2023 regula el derecho a la intimidad de los consumidores respecto a las comunicaciones de cobranza.

La Ley 2466 de 2025 promueve el trabajo digno y establece reformas laborales.

Resolución 3461 de 2025 establece nuevas directrices para prevenir el acoso laboral en las empresas.

6.3.5. Normativa ambiental

Resolución 2309 de 2025(*Resolución 2309 de 2025 Ministerio de Salud y Protección Social*, s. f.): Distinción “restaurante saludable atender además esta centrada en ofrecer menús saludables (reducción de sal, azúcar, grasas saludables), adecuada ventilación y un enfoque positivo de BPM plan de saneamiento fundamental: Tiene que contemplar programas de limpieza y desinfección, control de plagas, gestión de residuos sólidos y suministro de agua potable gestión de desperdicios: Manejo global de desechos sólidos y segregación en el origen.

resolución 2184 de 2019(*Resolución 2184 de 2019 Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible*, s. f.): El aceite de cocina utilizado debe ser tratado como un residuo peligroso especial.

resolución 2674 de 2013(*Resolución 2674 de 2013 Ministerio de Salud y Protección Social*, s. f.-b): Esta menciona lo que es la manipulación de alimentos formación constante del personal, chequeos médicos y supervisión.

artículo 50. resolución 2674 de 2013: Inscribir el establecimiento en la secretaria de salud de pasto. Emisión de olores: Las cocinas deben tener campanas extractoras o filtros de grasa y ventilación para eliminar humos y olores.

Restricción de ruido: el establecimiento no podrá emitir ruidos molestos ni amplificar sonidos hacia el exterior o espacio público.

7 Plan Financiero

El estudio económico del plan de negocios de restaurante especializado en menús para condiciones de salud analiza las incidencias y aspectos macroeconómicos y partes del sector los cuales van a ayudar a saber la rentabilidad y la sostenibilidad del proyecto. Se tendrán en cuenta algunas variables como puede ser: la inflación, el tipo de cambio, el costo de los insumos

alimenticios como puede ser las diferentes frutas y vegetales, las carnes como pueden ser res, cerdo y pollo y las diferencias tendencias del mercado de restaurantes tanto vegetarianos como veganos que se encuentran en la ciudad.

El objetivo principal es optimizar los costos de producción y la prestación del servicio de la manera más optima, sin comprometer la rentabilidad del negocio. Para ello se evaluará aspectos relacionados con los ingredientes, mano de obra y costos indirectos de fabricación, infraestructura, control sanitario y permisos como lo son el de manipulación de alimentos, identificando los factores que generen en mayor impacto económico en el proceso de producción y prestación del servicio.

7.1. Estudio económico

El estudio económico dentro del plan de negocios de un restaurante especializado es una parte importante, ya que permite evaluar la viabilidad financiera del proyecto, estimando su posible rentabilidad y así lograr planificar los recursos necesarios para lograr operar de manera idónea.

7.1.1. Determinación de inversiones.

Inversión inicial: Contemplando la adquisición de equipo e infraestructura necesarios para el correcto funcionamiento del sistema de producción y prestación del servicio de restaurante. Estos activos garantizan condiciones óptimas de producción, prestación de servicio.

Tabla 21

Inversión inicial

Nombre del equipo	Cantidad	Valor unitario	Total
Caja			
Computador	1	\$2'500.000	\$2'500.000
Caja registradora	1	\$1'136.000	\$1'136.000
Datafono	1	\$400.000	\$400.000
Cocina			
Estufa	1	\$3'090.000	\$3'090.000
Nevera	1	\$2'500.000	\$2'500.000
Congelador	1	\$2'000.000	\$2'000.000
Parrilla	1	\$2'300.000	\$2'300.000
Plancha	1	\$1'130.000	\$1'130.000
Freidora de aire	2	\$600.000	\$1'200.000
Licuada	3	\$600.000	\$1'800.000
Microondas	2	\$1'500.000	\$3'000.000
Ollas industriales	5	\$385.000	\$1'925.000

Sartenes	7	\$200.000	\$1'400.000
Utencillos de madera	2	\$200.000	\$400.000
Set de cuchillos x 6	4	\$200.000	\$800.000
Tablas de picar	4	\$15.000	\$60.000
Gramera	3	\$150.000	\$450.000
Extractor de olores	1	\$2'000.000	\$2'000.000
Estanterías	2	\$350.000	\$700.000
Comedor			
Mesas	10	\$125.000	\$1'250.000
Sillas	40	\$61.000	\$610.000
Vajilla	15	\$120.000	\$1'800.000
Juegos de 6 vasos	10	\$60.000	\$600.000
Manteles	10	\$80.000	\$800.000
Paquete de servilletas	10	\$5.000	\$50.000
Bodega			
Kit primeros auxilios	1	\$300.000	\$300.000
Extintor	1	\$100.000	\$100.000
Puntos ecológicos	5	\$52.000	\$260.000
Paquetes bolsas de basura	4	\$13.000	\$52.000
Productos de aseo	2	\$180.000	\$360.000
Jabón de manos	2	\$50.000	\$100.000
Oficina			
Escritorio	1	\$200.000	\$200.000
Silla	1	\$100.000	\$100.000
Computador	1	\$2'500.000	\$2'500.000
Total			\$37'873.000

Nota. Fuente: Autoría propia

Inversiones diferidas: Las inversiones diferidas hacen referencia a los gastos realizados antes del inicio de las operaciones del establecimiento, estos son necesarios para garantizar el cumplimiento normativo y permitir la puesta en marcha del establecimiento.

Tabla 22

Inversión diferida

Concepto	Valor
Registro mercantil	\$445.205
Invima	\$4'088.820
Bomberos	\$100.000
Total	\$4'634.025

Nota. Fuente: Autoría propia

7.1.2. Cálculo de costos y gastos

Tabla 23

Materia prima

Materia prima					
Carnes	Cantidad diaria	Cantidad mensual	Cantidad anual	Precio	Total
Pollo	3.6kg	94kg	1.128kg	12.000*	13.536.000
Pescado	2.2kg	57kg	684kg	18.400*	12.585.600
Carne de res	3.3kg	86kg	1.032kg	18.000*	18.676.000
Vegetales					
Frijol	0.6kg	15.6kg	187.2kg	180.000*	673.920
Coliflor	1.76kg	45.7kg	548,4kg	100.000*	1.096.000
Tomate	2.42kg	62.92kg	755,04kg	35.000*	1.371.000
Papa	3.3kg	86kg	1.032kg	100.000*	2.064.000
Zanahoria	2.2kg	57,2kg	686,4kg	50.000*	684.400
Pasta					
Fideos	1.76kg	45.76kg	549,12kg	6.000*	3.294.720
Cereales					
Arroz	1.76kg	45.76kg	549,12kg	180.000*	1.976.832

Nota. Fuente: Autoría propia

*El precio del pollo es por kilogramo

*El precio del pescado es kilogramo

*El precio de la carne es tomado por kilogramo

*El precio del frijol es tomado por bulto de 50kg

*El precio de la coliflor es tomado por bulto de 50kg

*El precio del tomate se lo toma según 14kg

*El precio de la papa es tomado por bulto de 50kg

*El precio de la zanahoria es tomado por bulto de 50kg

*Paquete de fideos de 1kg

*El precio se lo toma de un bulto de 50kg

Para determinar la cantidad de materia prima se toma la proyección de platos y divide entre 3, que corresponde al número de ficha técnicas disponibles. Cada ficha técnica detalla la cantidad de ingredientes por plato, calculadas con base en precios al por mayor.

Tabla 24*Personal necesario*

Trabajador	Cargo	Clasificación
1	Gerente	Gasto
2	Nutricionista	Costo
3	Contador	Gasto
4	Chef	Costo
5	Cajero	Gasto
6	Auxiliar de cocina	Costo
7	Mesero	Gasto
8	Servicios generales	Gasto

Nota. Fuente: Autoría propia

Tabla 25 Nomina del trabajador

Trabajador	Básico	Días	Sueldo	Auxilio de transporte	Total, devengado	Salud	Pensión	Aporte fondo de solidaridad	Otras deducciones
Gerente	\$2'300.000	30	\$2'300.000	\$249.095	\$2'549.095	\$92.000	\$92.000	-	-
Nutricionista	\$2'300.000	30	\$2'300.000	\$249.095	\$2'549.095	\$92.00	\$92.000	-	-
Contador	\$1'750.905	30	\$1'750.905	\$249.095	\$2'000.000	\$70.036	\$70.036	-	-
Chef	\$2'200.000	30	\$2'200.000	\$249.095	\$2'440.095	\$88.000	\$88.000	-	-
Cajero	\$1'750.905	30	\$1'750.905	\$249.095	\$2'000.000	\$70.036	\$70.036	-	-
Auxiliar de cocina	\$1'750.905	30	\$1'750.905	\$249.095	\$2'000.000	\$70.036	\$70.036	-	-
Meseros	\$3.501.810	30	\$3'501.810	\$498.190	\$4'000.000	\$140.072	\$140.072	-	-
Servicios generales	\$1'750.905	30	\$1'750.905	\$249.095	\$2'000.000	\$70.036	\$70.036	-	-

Tabla 26 Deducciones

Total, deducciones	Neto a pagar	Días	Cesantías	Prima	Vacaciones	Intereses/ Cesantías	Salud 8,5%	Pensión 12%	Riesgos laborales	ARL	CCF	SENA	ICBF
\$184.000	\$2'365.095	30	\$191.667	\$191.667	\$95.918	\$23.000	-	\$276.000	0,522%	\$12.006	\$92.000	-	-
\$184.000	\$2'365.095	30	\$191.667	\$191.667	\$95.818	\$23.000	-	\$276.000	2,436%	\$56.028	\$92.000	-	-
\$140.072	\$1'859.928	30	\$145.909	\$145.909	\$72.942	\$17.509	-	\$210.109	0,522%	\$9.140	\$70.036	-	-
\$176.000	\$2'264.095	30	\$183.333	\$183.333	\$91.652	\$22.000	-	\$264.000	2,436%	\$53.592	\$88.000	-	-
\$140.072	\$1'859.928	30	\$145.909	\$145.909	\$72.942	\$17.509	-	\$210.109	0,522%	\$9.140	\$70.036	-	-
\$140.072	\$1'859.928	30	\$145.909	\$145.909	\$72.942	\$17.509	-	\$210.109	2,436%	\$42.652	\$70.036	-	-
\$280.144	\$3.719.856	30	\$291.818	\$291.818	\$145.884	\$35.018	-	\$420.218	1,04%	\$36.558	\$140.072	-	-
\$140.072	\$1'859.928	30	\$145.909	\$145.909	\$72.942	\$17.509	-	\$210.109	1,044%	\$18.279	\$70.036	-	-

La presente tabla corresponde a la nómina del personal que corresponde a las tablas 25 y 26 que se utilizara para el desarrollo del plan de negocios. En ellas se registran los trabajadores que formaran parte del proyecto y se encargaran de las diferentes funciones asignadas dentro del plan de operaciones intentando garantizar el adecuado funcionamiento y desarrollo de las diferentes actividades.

Tabla 27

Elementos de aseo

Elementos de aseo			
Descripción	Valor unitario	Unidades	Valor total anual
Escoba	20.000	6	120.000
Recogedor	15.000	6	90.000
Jabón en polvo 6 kilos	60.000	6	360.000
Amonio cuaternario 4 litros	20.000	6	120.000
Jabón de mano (litro)	10.000	6	60.000
Jabón de lavaplatos (litro)	10.400	6	62.400
Limpiones	8.000	10	80.000
Trapeadores	12.000	4	48.000

Nota. Fuente: Autoría propia.

Estos gastos se consideran indirectos ya que no intervienen directamente en el proceso productivo, pero son importantes para el adecuado funcionamiento del establecimiento. Su uso permite mantener un ambiente limpio, ordenado y adecuado para lograr prestar el servicio a los potenciales clientes.

7.1.2.1. Proyección de gastos

Tabla 28

Costos indirectos

Costos Indirectos				
Descripción	Mensual	Anual	Costos de producción 70 %	Costos de administración 30 %
Energía	\$ 347.000	\$ 4.164.000	\$ 2.914.800	\$ 1.249.200
Agua y aseo	\$ 252.370	\$ 3.028.440	\$ 2.119.908	\$ 908.532
Gas	\$ 300.000	\$ 3.600.000	\$ 2.520.000	\$ 1.080.000
Internet	\$ 50.000	\$ 600.000	\$ 420.000	\$ 180.000
Arrendamiento	\$ 3.000.000	\$ 36.000.000	\$ 25.200.000	\$ 10.800.000
Totales	\$ 3.949.370	\$ 47.392.440	\$ 33.174.708	\$ 14.217.732

Nota. Fuente: Autoría propia

Estos gastos corresponden a los servicios necesarios para la función del establecimiento de manera adecuado en la tabla como se puede observar se incluyen lo que es servicios básicos además incluyendo el arrendamiento ya que para establecer este valor se tiene en cuenta un aproximado según la selección de ubicación del establecimiento.

7.1.3. Cálculo y proyección de los ingresos

Tabla 29

Proyección de ingresos

Proyección de ingresos						
	Año base	2027	2028	2029	2030	2031
Precio por plato	19.800,00	20.847,42	21.950,25	23.111	24.334	25.621
Cantidad	20312	21133	21987	22875	23800	24761
Ingresos del proyecto		440.568.527	482.620.114	528.673.656	579.149.452	634.408.508

Nota. Fuente: Autoría propia

El cuadro presentado muestra la proyección de ingresos del proyecto para el periodo comprendido entre el año 2026 y el 2030. En esta proyección se observan tres variables principales: precios, cantidades e ingresos del proyecto. El precio unitario parte de \$19.800 en el año base, valor que se determinó a partir de la encuesta realizada a los posibles clientes, la cual permitió identificar el

precio promedio que los comensales seleccionaron. Para las proyecciones se utilizó el índice de precio al consumidor (IPC) corresponde al año 2026, con una tasa del 5,29%, que representan el incremento esperado en los precios debito a la inflación proyectada.

7.1.4. Identificación del punto de equilibrio

Punto de equilibrio =
$$\frac{\text{costos fijos totales (cf)}}{\text{precio de venta unitario(pvu)} - \text{costos variables unitario(cvu)}}$$

Tabla 30

Punto de equilibrio

Punto de equilibrio	
Costos fijos	\$ 171.276.256
Costo unitario variable	\$ 8.413
Precio de venta	\$20.847,42
Cantidad de equilibrio	13.774
Ingresos de equilibrio	\$287.146.578

Nota. Fuente: Autoría propia

El punto de equilibrio del proyecto se calcula con base en los costos y precios definidos en el plan de negocios. Este indicador representa el nivel mínimo de producción y ventas necesario para cubrir la totalidad de los costos, sin generar pérdidas ni ganancias. En este caso, considerando un precio de venta unitario (PVU) de \$20.847,42un costo variable unitario (CVU) de \$8.413 y unos costos fijos anuales (CF) de \$171.276.256, el punto de equilibrio se obtiene mediante la fórmula:

$$\text{Punto de equilibrio} = \text{CF} / (\text{PVU} - \text{CVU})$$

Reemplazando los valores, se obtiene un resultado de 13.774 unidades, lo que significa que el proyecto necesita vender al menos esa cantidad de platillos al año para cubrir todos sus costos operativos y no incurrir en pérdidas. A partir de ese volumen de ventas, cualquier unidad adicional generará utilidades para la empresa.

Tabla 31

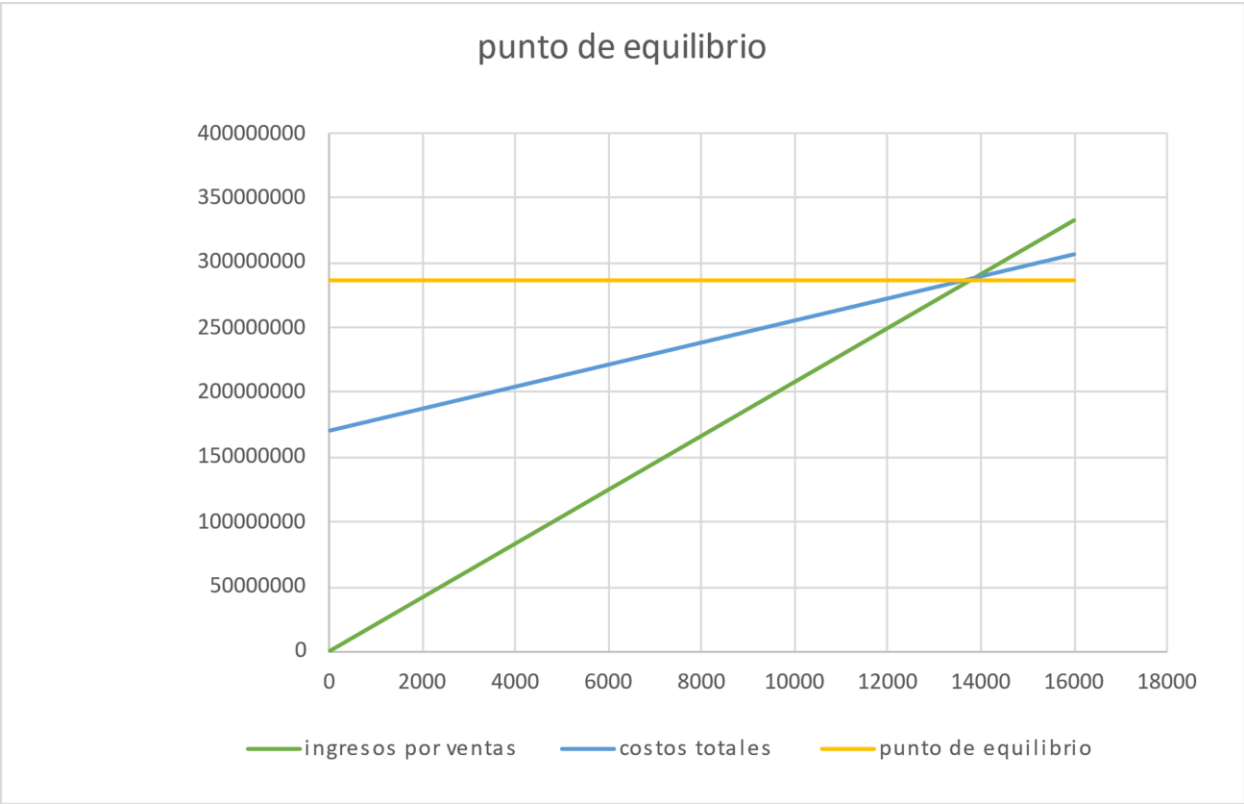
Grafica punto de equilibrio

unidades	ingresos por	costos	costos fijos	costos	punto de
	ventas	variables		totales	equilibrio
0	\$	\$	\$	\$	\$
-		-	171.276.256,00	171.276.256,00	287.146.578,00
2.000	\$	\$	\$	\$	\$
41.694.840,00		16.825.477,04	171.276.256,00	188.101.733,04	287.146.578,00
3.000	\$	\$	\$	\$	\$
62.542.260,00		25.238.215,56	171.276.256,00	196.514.471,56	287.146.578,00
4.000	\$	\$	\$	\$	\$
83.389.680,00		33.650.954,08	171.276.256,00	204.927.210,08	287.146.578,00
5.000	\$	\$	\$	\$	\$
104.237.100,00		42.063.692,61	171.276.256,00	213.339.948,61	287.146.578,00
6.000	\$	\$	\$	\$	\$
125.084.520,00		50.476.431,13	171.276.256,00	221.752.687,13	287.146.578,00
7.000	\$	\$	\$	\$	\$
145.931.940,00		58.889.169,65	171.276.256,00	230.165.425,65	287.146.578,00
8.000	\$	\$	\$	\$	\$
166.779.360,00		67.301.908,17	171.276.256,00	238.578.164,17	287.146.578,00
9.000	\$	\$	\$	\$	\$
187.626.780,00		75.714.646,69	171.276.256,00	246.990.902,69	287.146.578,00
10.000	\$	\$	\$	\$	\$
208.474.200,00		84.127.385,21	171.276.256,00	255.403.641,21	287.146.578,00
11.000	\$	\$	\$	\$	\$
229.321.620,00		92.540.123,73	171.276.256,00	263.816.379,73	287.146.578,00
12.000	\$	\$	\$	\$	\$
250.169.040,00		100.952.862,25	171.276.256,00	272.229.118,25	287.146.578,00
13.000	\$	\$	\$	\$	\$
271.016.460,00		109.365.600,78	171.276.256,00	280.641.856,78	287.146.578,00
14.000	\$	\$	\$	\$	\$
291.863.880,00		117.778.339,30	171.276.256,00	289.054.595,30	287.146.578,00
15.000	\$	\$	\$	\$	\$
312.711.300,00		126.191.077,82	171.276.256,00	297.467.333,82	287.146.578,00
16.000	\$	\$	\$	\$	\$
333.558.720,00		134.603.816,34	171.276.256,00	305.880.072,34	287.146.578,00

Nota. Fuente: Autoría propia

Figura 47

Grafica punto de equilibrio



Nota. Fuente: Autoría propia

7.1.5. Estados financieros

7.1.5.1. Estado de situación financiera

Tabla 32

Estado situación financiera

ACTIVOS	BALANCE INICIAL	
ACTIVOS CORRIENTES		
Caja y bancos	\$	41.535.103,00
Insumos	\$	55.957.872,00
Total, activo corriente	\$	97.492.975,00
ACTIVO FIJOS		
Muebles y enceres	\$	37.873.000,00
Total, activos fijos	\$	37.873.000,00
Activos diferidos		
Gastos pagados	\$	4.634.025,00

Total, activos diferidos	\$	4.634.025,00
Total, activos	\$	140.000.000,00
PASIVOS		
Pasivos no corrientes	\$	40.000.000,00
Obligaciones financieras a largo plazo	\$	40.000.000,00
Total, pasivo no corriente	\$	40.000.000,00
Pasivo corriente	\$	10.000.000,00
Obligaciones financieras a corto plazo	\$	10.000.000,00
Total, pasivo corriente	\$	10.000.000,00
Total, pasivo	\$	50.000.000,00
PATRIMONIO		
Capital social	\$	90.000.000,00
Total, patrimonio	\$	90.000.000,00
Total, pasivo + patrimonio	\$	140.000.000,00

Nota. Fuente: Autoría propia

El estado de situación financiera inicial muestra la posición económica del establecimiento al momento de comenzar sus operaciones y constituye la base contable la cual se proyectará su desarrollo. Este documento presenta los recursos disponibles, las obligaciones asumidas y el capital aportado por los socios, reflejando la estructura financiera con la que el establecimiento inicia con su productividad.

7.1.5.2. Estado de resultados.

El plan de negocios requiere unos costos de producción necesarios para lograr llevar a cabo sus actividades operativas. En estos se incluyen lo que es materia prima, mano de obra directa y costos indirectos.

Tabla 33

Costos de producción

Detalle costos de producción		
Detalle	Descripción	Total
Materia prima	Todos los ingredientes	55.958.472

Mano de obra directa	Trabajadores	108.075.288
Costos indirectos	Elementos de aseo	658.280
Activos Fijos	Depreciación	3.508.600

Nota. Fuente: Autoría propia

El plan de negocios también contiene una serie de gastos necesarios para garantizar su funcionamiento administrativo y operativo.

Tabla 34

Detalle Gastos

Detalle Gastos		
Detalle	Descripción	Total
Servicios públicos	Gastos administrativos	\$7.974.708,00
Amortización	Registro mercantil y bomberos	\$4.634.025
gastos mano de obra	Trabajadores	\$160.698.708

Nota. Fuente: Autoría propia

Tabla 35

Depreciación

Depreciación				
Activos Fijos	Valor total	Años	Dep Anual	1
Equipo de computo	\$5.000.000,0	5	\$ 1.000.000,0	\$1.000.000,0
Muebles y enseres	\$3.720.000,0	10	\$ 372.000,0	\$372.000,0
Maquinaria y Equipo	\$21.366.000,0	10	\$2.136.600,0	\$2.136.600,0
Total				\$ 3.508.600,0

Nota. Fuente: Autoría propia

El proyecto será financiado mediante dos fuentes: recursos propios y crédito de entidad financiera, cada uno de ellos representan el 50% del total requerido. De esta manera, la inversión total asciende a \$100.000.000, de los cuales \$50.000.000 corresponde a recursos propios y en igual cantidad será

financiado por parte de una entidad financiera. Este préstamo se logrará adquirir con una tasa efectiva anual del 10% conforme a la referencia establecida por el Banco de República. Este dato resulta importante, ya que permite definir el costo financiero del proyecto y sirve para el cálculo del costo financiero del proyecto, y el posterior cálculo del valor presente neto que se presenta a continuación:

Tabla 36

Financiación del proyecto

Financiación del Proyecto	
Recursos propios (50%)	\$ 50.000.000,0
Crédito (50%)	\$ 50.000.000,0
	\$ 100.00.000
Tasa de interés (EA)	10%
CUOTA	\$ 13.189.874,04

Nota. Fuente: Autoría propia

Tabla 37

Estado de resultados integral

Estado de Resultados (Integral)					
	2026	2027	2028	2029	2030
Ingresos	\$440.568.527	\$482.620.114	\$528.673.656	\$579.149.452	\$634.408.508
(-) Costo de ventas	\$ 208.299.076	\$219.318.097	\$230.920.024	\$243.135.694	\$255.997.572
Utilidad Bruta	\$ 232.269.451	\$ 263.302.017	\$ 297.753.632	\$ 336.013.759	\$ 378.410.936
(-) Gastos	\$ 216.284.682	\$ 227.726.142	\$ 239.772.855	\$ 252.456.839	\$ 265.811.805
EBITDA	\$ 15.984.769	\$ 35.575.875	\$ 57.980.777	\$ 83.556.920	\$ 112.599.131
(-) Depreciación	\$3.508.600	\$3.508.600	\$3.508.600	\$3.508.600	\$3.508.600
(-) Amortización					
EBIT (UAI)	\$ 12.476.169	\$ 32.067.275	\$ 54.472.177	\$ 80.048.320	\$ 109.090.531

(-) Intereses	\$	\$	\$	\$	\$ 1.199.079,46
	5.000.000,00	4.181.012,60	3.280.126,45	2.289.151,69	
Utilidad antes de impuestos	\$	\$	\$	\$	\$
	7.476.168,87	27.886.262,78	51.192.050,73	77.759.168,41	107.891.451,58
Impuestos (35%)	\$	\$	\$	\$	\$
	2.616.659,10	9.760.191,97	17.917.217,76	27.215.708,94	37.762.008,05
Utilidad Neta	\$	\$	\$	\$	\$
	4.859.509,76	18.126.070,81	33.274.832,97	50.543.459,47	70.129.443,52

Nota. Fuente: Autoría propia

Tabla 38 Amortización del préstamo

Amortización del préstamo				
	C=Abono+Interés	A=Cuota-Interés	El interés se calcula sobre saldos	Saldo Anterior-Abono
Años	Cuota	Abono (Capital)	Interés	Saldo
0	0	0	0	\$
				50.000.000,0
1	\$ 13.189.874,04	\$ 8.189.874,04	\$	\$
			5.000.000,0	41.810.125,96
2	\$ 13.189.874,04	\$ 9.008.861,44	\$	\$
			4.181.012,6	32.801.264,52
3	\$ 13.189.874,04	\$ 9.909.747,59	\$	\$
			3.280.126,5	22.891.516,93
4	\$ 13.189.874,04	\$ 10.900.722,35	\$	\$
			2.289.151,7	11.990.794,58
5	\$ 13.189.874,04	\$ 11.990.794,58	\$	\$
			1.199.079,5	-

Nota. Fuente: Autoría propia

El estado de resultado integral proyectado para los primeros 5 años muestra un crecimiento progresivo de los ingresos, con un control correcto de los costos y gastos que permiten mejorar los márgenes de utilidad año por año. En el primer año se muestra una ganancia un poco baja ya que se tienen en cuenta la inversión inicial para poner el negocio en marcha, pero a partir del segundo año el establecimiento empieza a tener unas utilidades un poco más altas

7.1.5.3. Flujo de fondos

Tabla 39

Flujo caja de inversión

	0	2026	2027	2028	2029	2030
Resultado después de impuestos		\$ 4.859.509,76	\$ 18.126.070,81	\$ 33.274.832,97	\$ 50.543.459,47	\$ 70.129.443,52
(+) Depreciación		\$ 3.508.600	\$ 3.508.600	\$ 3.508.600	\$ 3.508.600	\$ 3.508.600
(+) Amortización		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Resultado operacional neto		\$ 8.368.109,76	\$ 21.634.670,81	\$ 36.783.432,97	\$ 54.052.059,47	\$ 73.638.043,52
Inversión en AF	-\$ 37.873.000,00					
Inversión Amortizable	-\$ 4.634.025,00					
Inversión Capital de Trabajo	-\$ 57.492.975,00					
Valor de desecho o valor remanente						\$ 12.543.000,00
(+) Créditos Recibidos	\$ 50.000.000,00					
(-) Cuota Préstamo		\$ 8.189.874,04	\$ 9.008.861,44	\$ 9.909.747,59	\$ 10.900.722,35	\$ 11.990.794,58
Flujo de Caja	-\$ 50.000.000,00	\$ 178.235,72	\$ 12.625.809,36	\$ 26.873.685,39	\$ 43.151.337,12	\$ 74.190.248,94

El flujo de caja del inversionista muestra cómo se comporta el dinero del proyecto a lo largo de los años ya que se considera desde las inversiones iniciales como son los ingresos y egresos operativos y financieros. Al principio se realiza una fuerte inversión que se destina a la adquisición de activos capital de trabajo, lo suficientemente necesario para poner en marcha el establecimiento. Como se puede observar durante los siguientes años se aumenta de manera considerable el flujo de caja ya que genera mayor liquidez.

7.2. Evaluación financiera

7.2.1. Indicadores de rentabilidad financiera

Los indicadores de rentabilidad son herramientas que ayudan a evaluar si el proyecto o inversión genera beneficios lo suficiente en relación con los recursos que se han invertido. Estos indicadores ayudan a determinar si el proyecto es rentable, cuánto valor agrega y en cuánto tiempo se recuperará la inversión. A continuación, se describen los principales.

WACC (CPPC)

$$= \left[\left(\frac{\text{Aportes Propios}}{\text{Inversión Total}} \right) \times \text{Tasa inversionista} \right] + \left[\left(\frac{\text{Préstamo}}{\text{Inversión Total}} \right) \times \text{Tasa Préstamo} \right]$$

Tabla 40

Costo promedio ponderado de capital

WACC	
Aportes propios	\$ 50.000.000,00
Inversión total del inversionista	\$ 100.000.000,00
Tasa de inversionista	16%
Préstamo	\$ 50.000.000,00
Tasa de préstamo	10%

Nota. Fuente: Autoría propia

Se calcula considerando la consideración de financiamiento con recursos propios y deuda. En este caso, la inversión total del proyecto asciende a \$100.000.000, de los cuales \$50.000.000 hacen parte de aportes propios e igual cantidad un préstamo bancario. La tasa de retorno requerida por

los inversionistas sobre el capital propio es del 16% mientras que la tasa del préstamo es de 10%. Aplicando la fórmula WACC, se pondera las tasas de cada fuente de financiación según su participación en la inversión total.

Con esta información se continúa a calcular el valor presente neto

7.2.1.1. Valor presente neto (VPN)

$$VPN = -Inversión \pm \frac{FC1}{(1+i)^1} \pm \frac{FC2}{(1+i)^2} \pm \frac{FC3}{(1+i)^3} \pm \frac{FC3}{(1+i)^4} \pm \frac{FC5}{(1+i)^5}$$

Tabla 41

Valor presente neto

Valor Presente Neto	
INVERSIÓN	-\$ 50.000.000,00
FC1	\$ 178.235,72
FC2	\$ 12.625.809,36
FC3	\$ 26.873.685,39
FC4	\$ 43.151.337,12
FC5	\$ 74.190.248,94
Tasa Evaluación	15,48%
VPN	\$ 37.462.220,08
TIR	33%

Nota. Fuente: Autoría propia

El valor presente neto (VPN) permite determinar si un proyecto es rentable al comparar la inversión inicial con los flujos de caja futuros descontados del 15,48%. En el caso la inversión es de \$50.000.000 y los flujos de caja de los cinco años siguiente generan beneficios que, al ser llevados a valor presente, logran producir un VPN de \$ 37.462.220,08 ya que este valor positivo, significa que el proyecto genera rentabilidad y por lo tanto es viable.

7.2.1.2. Tasa interna de retorno (TIR)

El proyecto de acuerdo a los flujos estimados, genera un rendimiento de aproximadamente del 33% en términos internos lo que se sitúa por encima de la tasa de evaluación que corresponde al 15,48% empleada en el cálculo del VPN.

Como la TIR (33%) es mayor a la tasa de evaluación (15,48%), el proyecto presenta una rentabilidad muy favorable y se considera aceptable o atractiva desde el punto de vista financiero.

7.2.1.3. Relación beneficio costo (RBC)

$$RBC = \frac{\text{VALOR PRESENTE DE LOS BENEFICIOS}}{\text{VALOR PRESENTE DE LOS COSTOS}}$$

VPN ingresos	\$ 87.462.220,08
VPN egresos	\$ 50.000.000,00
	1,74

La relación beneficio costo (RCB) se obtiene dividiendo el valor presente de los beneficios entre el valor presente de los costos y en este caso el proyecto presenta beneficios por \$89.462.220,08 y costos por \$50.000.000, lo que genera un RBC de 1,74. Esto significa que por cada peso invertido se reciben 1,74 pesos en beneficio.

8. Identificación de incidencias**8.1. Incidencias económicas**

Un restaurante especializado en menús saludables en Pasto, Nariño, puede generar diversas incidencias económicas positivas tanto para el negocio como para la comunidad. Estas incluyen la creación de empleo, el fomento de proveedores locales, el aumento del valor inmobiliario en la zona, la generación de ingresos fiscales y la promoción de un estilo de vida más saludable que puede tener beneficios económicos a largo plazo.

Creación de Empleo y Oportunidades Laborales:

Los restaurantes son importantes generadores de empleo en la economía local. Un establecimiento de menús saludables puede ofrecer puestos de trabajo a cocineros, personal de servicio, administradores y personal de entrega. La flexibilidad en los horarios, como ofrecer servicios de desayuno o almuerzo, puede atraer a una fuerza laboral diversa, desde estudiantes hasta profesionales con experiencia, dinamizando así el mercado laboral local.

Apoyo a Proveedores Locales y Sostenibilidad:

Un enfoque en menús saludables a menudo implica el uso de ingredientes frescos y de origen local. Esto fortalece la economía de Pasto al establecer asociaciones con agricultores, panaderías, carnicerías y proveedores de productos del mar locales. Este modelo no solo beneficia a los proveedores, sino que también promueve la seguridad alimentaria y la sostenibilidad a largo plazo en la región.

Incremento del Valor Inmobiliario y Atractivo de la Zona:

Los restaurantes exitosos, especialmente aquellos que ofrecen conceptos innovadores como menús saludables, pueden revitalizar un área. Un flujo constante de clientes atrae a otras pequeñas empresas y aumenta el tráfico peatonal, lo que a su vez puede despertar el interés de inversores y promotores inmobiliarios, elevando el valor de las propiedades en el vecindario.

Generación de Ingresos Fiscales:

A medida que un restaurante de menús saludables crece en ingresos y rentabilidad, sus contribuciones a la economía local aumentan a través de impuestos sobre la propiedad y las ventas. Estos ingresos fiscales son vitales para el financiamiento de la infraestructura local, escuelas y otros servicios comunitarios en Pasto.

Impacto en la Salud Pública y la Economía:

Al ofrecer opciones de alimentos más saludables, estos restaurantes responden a una creciente demanda de bienestar y estilos de vida más sanos. Esto puede tener un impacto económico indirecto al contribuir a una población más saludable, lo que potencialmente reduce los costos de atención médica a largo plazo y aumenta la productividad general de la comunidad.

8.2. Incidencias ambientales

El impacto ambiental del plan de negocios de este tipo en Pasto es un factor diferenciador, especialmente porque la ciudad se encuentra en una zona de alta biodiversidad y fragilidad ecosistémica (faldas del Volcán Galeras y cercanía a la Laguna de la Cocha).

- Reducción de la Huella de Carbono Logística

Al ser un negocio especializado que prioriza la frescura para cumplir con estándares de salud, la relación con el entorno rural de Nariño es directa.

Kilómetro Cero (Proximidad): Al abastecerse de productores en Tangua, Catambuco o los corregimientos de Pasto, se reducen drásticamente las emisiones de CO₂ derivadas del transporte de carga pesada desde el centro del país.

Logística de Entrega Eficiente: Un plan de rutas optimizado para la entrega de menús diarios en el casco urbano reduce la congestión y la congestión en sectores críticos como el Centro y la Avenida Panamericana.

- Gestión de Residuos y Economía Circular

Un servicio de alimentación genera residuos, pero un plan especializado permite un control más estricto que un restaurante convencional:

Reducción del Desperdicio Alimentario: Al trabajar con menús pesados y proporcionados bajo prescripción nutricional, el desperdicio de materia prima en cocina es casi nulo, evitando que restos orgánicos terminen en el relleno sanitario.

Empaques Sostenibles: Dada la conciencia ambiental en la región, el uso de recipientes biodegradables, mitiga el impacto de plásticos de un solo uso.

Compostaje Local: Los residuos orgánicos generados en la preparación pueden retornar a los suelos de Nariño como abono, cerrando el ciclo biológico.

- **Preservación de la Agro biodiversidad**

El enfoque en salud permite reincorporar ingredientes nativos que son ambientalmente más vigorosos que los cultivos intensivos.

Uso Eficiente del Agua: La producción de vegetales y granos en la zona suele depender de ciclos de lluvia naturales y técnicas de riego tradicionales, lo que supone una menor presión sobre las fuentes hídricas locales en comparación con productos procesados industrialmente.

Consumo Energético: La cadena de frío necesaria para mantener la inocuidad de los menús de salud consume energía. La incidencia será positiva si se opta por equipos con certificación de eficiencia energética.

8.3. Incidencias sociales

- **Salud Pública y Nutrición Preventiva**

Pasto, al igual que muchas ciudades intermedias, enfrenta un aumento en enfermedades, Un servicio especializado actúa como un aliado del sistema de salud.

Control de la Diabetes e Hipertensión: Al ofrecer menús con carga glucémica controlada y bajos en sodio, se reduce el riesgo de crisis hospitalarias en la población adulta mayor, que es significativa en la ciudad.

Educación Alimentaria: El negocio no solo vende comida, sino que "enseña a comer". Esto ayuda a desmitificar la idea de que la dieta para enfermos debe ser insípida.

- **Impacto en la Economía Local y Circular**

Pasto tiene una ubicación privilegiada cerca del Valle de Atriz y municipios como Tangua y Túquerres.

Apoyo al Productor Local: Un plan de negocios puede establecer alianzas con agricultores locales para obtener productos frescos, reduciendo la huella de carbono y fortaleciendo el agro nariñense.

Generación de Empleo moderno y Especializado: Se crean vacantes no solo para cocineros, sino para nutricionistas y dietistas locales, promoviendo el talento profesional de la región.

- **Inclusión y Calidad de Vida**

La comida es un acto social. Cuando una persona tiene una restricción alimentaria severa, suele aislarse, Ofrecer platos de calidad que cumplan con requisitos nutricionales devuelve el placer de comer a personas con condiciones como diabetes hipertensión u obesidad

En muchas familias pastusas, la carga del cuidado recae en una sola persona. Tercerizar la alimentación especializada alivia el estrés del cuidador y garantiza la seguridad del paciente

Conclusiones

La investigación finalizada permitió identificar una demanda insatisfecha en la ciudad de Pasto, donde el 66.9% de los encuestados manifiesta la falta de posibilidades gastronómicas especializadas que se ajusten a condiciones de salud específicas. Esta realidad de mercado representa una oportunidad de negocio clara, enfocada en una parte de la población activo entre los 25 y 64 años con capacidad adquisitiva. La propuesta de valor, definida bajo un modelo de venta de 145 platos diarios a un precio de \$18.500, se alinea con las expectativas de los consumidores, estableciendo una estrategia de distribución directa. Este enfoque, centrado en un punto físico céntrico, es fundamental no solo para el control de calidad, sino para fomentar una interacción inmediata y personalizada con el cliente, consolidando la lealtad hacia un modelo de negocio que fomenta el bienestar y la salud del usuario.

La viabilidad del restaurante se fundamenta en una ubicación estratégica, ya sea en el norte o el centro de Pasto, áreas en las cuales los consumidores han validado como óptimas por su accesibilidad. La configuración de una infraestructura de 40 metros cuadrados ha sido diseñada bajo estrictos lineamientos de ingeniería y normas ASME, garantizando un flujo eficiente entre la recepción de materia prima, la transformación en cocina y el almacenamiento en bodega. La inclusión de la supervisión de un chef y un nutricionista no es solo una exigencia operativa, sino un fundamento que asegura la creación de minutas dietéticas, garantizando que cada plato servido cumpla con los requerimientos nutricionales específicos que justifican la especialización del establecimiento.

La estructura organizacional ha sido creada bajo el modelo de microempresa, diseñada para lograr la mejor eficiencia operativa bajo el liderazgo gerencial y el soporte de personal especializado. Este esquema organizativo garantiza que la misión de la empresa, enfocada en la salud, se traduzca en procesos diarios coherentes y profesionales. Desde la perspectiva legal, la constitución de la entidad como una S.A.S. proporciona el marco jurídico necesario para operar formalmente ante la Cámara de Comercio de Pasto, asegurando el cumplimiento normativo integral y, de manera crucial, la obtención del sello de "Restaurante Saludable" bajo la Resolución 2309 de 2025, lo cual otorga al proyecto una ventaja competitiva y un respaldo de confianza ante los entes de control y los clientes finales.

El proyecto demuestra una estabilidad financiera, que se respaldada por una Relación Beneficio-Costo de 1.79, lo que indica una gestión adecuada donde cada peso invertido se traduce en un beneficio neto de \$1.84. El análisis de rentabilidad, proyectado para el periodo 2026-2030, confirma que el modelo de negocio logra alcanzar un punto de equilibrio sostenible que cubre los costos de producción y gastos operativos. Esta estabilidad económica asegura la recuperación efectiva de la inversión inicial en los plazos previstos, sino que además garantiza la capacidad del establecimiento para mantenerse como un servicio diario y continuo, generando valor sostenible tanto para los accionistas como para los pilares económicos del propio establecimiento.

El restaurante trasciende su naturaleza comercial al generar un impacto multidimensional y positivo en su entorno inmediato. Desde un punto de vista económico, dinamiza la economía regional mediante la creación de empleo especializado y el fortalecimiento de la cadena de suministro local. En el ámbito social, la iniciativa surge como una herramienta de salud pública preventiva, facilitando el manejo de enfermedades crónicas como la diabetes y la hipertensión. Finalmente, el compromiso ambiental.

Recomendaciones

Crear una plataforma móvil donde los usuarios puedan solicitar menús personalizados desde su dispositivo, los clientes abren la aplicación, responden a unas preguntas cortas sobre su salud y la app les ofrece el menú que mejor les conviene cada día.

Se puede realizar un pago anticipado por una semana completa y recibir notificaciones cuando la comida esté lista para ser recogida o entregada, Esto convierte el regreso al restaurante en algo muy fácil y cómodo, especialmente para quienes tienen un día laboral pesado y ajetreado.

Conseguir certificados oficiales que demuestren que los menús son altamente saludables. Son reconocimientos otorgados por el gobierno o instituciones relevantes, que aseguran que todo en la cocina es higiénico, los ingredientes son de alta calidad y los menús contribuyen a la salud. Si la gente los observa en el establecimiento, confiarán más y estarán dispuestos a pagar un poco extra, porque entienden que es algo profesional y serio.

Incluir opciones especiales para niños y adultos mayores. Actualmente, existen menús para adultos que sufren de diabetes o hipertensión, sin embargo, en Pasto, hay muchas personas que tienen niños con sobrepeso o abuelos con problemas articulares, crea platillos divertidos para niños y comidas suaves y nutritivas para mayores, esto permite que familias enteras lleguen juntas, convirtiendo el establecimiento en un espacio y ambiente para todos.

Utilizar las ventas para anticipar qué menús serán más populares en el futuro. Cada mes, verificar cuáles platos tuvieron más ventas, a partir de esa información, decidir qué productos aumentar en la compra y qué menús producir más a menudo. De esta manera, nunca faltará lo que la gente desea y siempre estar un paso adelante, adaptando la oferta a lo que realmente se busca en Pasto.

Finalmente, potencializar y mejorar el restaurante y adecuaciones, así mismo la expansión en otros pueblos y ciudades para garantizar el mejor servicio saludable a todas las personas que sufran una condición así mismo para las personas que quieran llevar una alimentación saludable y balanceada.

Referencias

- Alimentación y una buena nutrición.* (s. f.). En Plural. Recuperado 25 de agosto de 2025, de http://bienestar.bogota.unal.edu.co/enplural_entre_lineas.php?id_art=321&id_sec=2
- boletinNo18-2025_.pdf.* (s. f.). Recuperado 15 de mayo de 2025, de https://www.pastosaludese.gov.co/site/images/1-nuestra-entidad/1.6-calidad-y-acreditacion/1.6.1-boletines/estadistica/2025/boletinNo18-2025_.pdf
- Decreto 19 de 2012—Gestor Normativo.* (s. f.). Recuperado 22 de abril de 2026, de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=45322>
- Decreto 2042 de 2014—Gestor Normativo.* (s. f.). Recuperado 22 de abril de 2026, de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=59817>
- Hábitos de alimentación. (s. f.). *Cinfasalud*. Recuperado 28 de mayo de 2025, de <https://cinfasalud.cinfa.com/p/habitos-de-alimentacion/>
- Introducción a la Investigación: Guía interactiva.* (s. f.). Recuperado 15 de mayo de 2025, de <https://www.uv.mx/apps/bdh/investigacion/unidad3/encuesta.html>
- Izquierdo Hernández, A., Armenteros Borrell, M., Lancés Cotilla, L., & Martín González, I. (2004). Alimentación saludable. *Revista Cubana de Enfermería*, 20(1), 1-1.
- Ley 50 de 1990—Gestor Normativo.* (s. f.). Recuperado 22 de abril de 2026, de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=281>
- Ley 863 de 2003—Gestor Normativo.* (s. f.). Recuperado 22 de abril de 2026, de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=11172>
- Ley 1258 de 2008—Gestor Normativo.* (s. f.-a). Recuperado 22 de abril de 2026, de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=34130>

Ley 1258 de 2008—Gestor Normativo. (s. f.-b). Recuperado 22 de abril de 2026, de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=34130>

Ley 1429 de 2010—Gestor Normativo. (s. f.). Recuperado 22 de abril de 2026, de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=39430>

Ley 1562 de 2012—Gestor Normativo. (s. f.). Recuperado 22 de abril de 2026, de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=48365>

Ley 2114 de 2021—Gestor Normativo. (s. f.). Recuperado 22 de abril de 2026, de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=167967>

Ley 2120 de 2021—Gestor Normativo. (s. f.). Recuperado 22 de abril de 2026, de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=168029>

Ley 2300 de 2023—Gestor Normativo. (s. f.). Recuperado 22 de abril de 2026, de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=213990>

Ley 2466 de 2025—Gestor Normativo. (s. f.). Recuperado 22 de abril de 2026, de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=260676>

Resolución 2184 de 2019 Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (s. f.). Recuperado 22 de abril de 2026, de <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=90298>

Resolución 2309 de 2025 Ministerio de Salud y Protección Social. (s. f.). Recuperado 22 de abril de 2026, de <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur//normas/Norma1.jsp?i=191459&dt=S>

Resolución 2674 de 2013 Ministerio de Salud y Protección Social. (s. f.-a). Recuperado 22 de abril de 2026, de <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=54030>

Resolución 2674 de 2013 Ministerio de Salud y Protección Social. (s. f.-b). Recuperado 22 de abril de 2026, de <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=54030>

Suárez, H. (s. f.). *EL MINISTRO DE DEFENSA NACIONAL*,.

Telefónicas, T.-E. (s. f.). *Cuántos habitantes tiene Pasto, Nariño en 2025*. Telencuestas. Recuperado 8 de abril de 2025, de <https://telencuestas.com/censos-de-poblacion/colombia/2025/narino/pasto>

ANEXO A. ENCUESTA

Universidad CESMAG

Facultad ciencias administrativas y contables

Programa de Contaduría pública

**Propuesta De Plan De Negocio Para Un Restaurante Especializado En Menús Para Condiciones De Salud, En La Ciudad De San Juan de Pasto**

Investigadores: Juan Pablo Carlosama Mirama, Frankin Loaiza Ferla y Giovanny Esteban Tello Delgado.

Objetivo: Conocer la aceptación de la propuesta y los gustos y preferencias de los clientes potenciales.

Dirigido a: Las personas entre los 25 a 64 años de edad en la ciudad de Pasto

Seleccione con una X la respuesta que más se adecúe a su gusto y preferencia

1. ¿Cuál es su género?

- a. Masculino ____
- b. Femenino ____
- c. Otro _____

2. ¿Cuál es su edad?

- a. 25 – 34 ____
- b. 35 – 44 ____
- c. 45 – 54 ____
- d. 55 – 64 ____

3. ¿Cuáles son las razones para elegir una alimentación saludable?

- a. Salud. ____
- b. Bienestar. ____
- c. Belleza ____

- d. Elección propia _____
- 4. ¿Qué criterio usted tiene para elegir un restaurante?
 - a. Calidad de Comida. _____
 - b. Variedad de menús. _____
 - c. Buen ambiente. _____
 - d. El precio. _____
 - e. Atención al cliente _____
- 5. ¿Qué tipo de menú espera encontrar en el restaurante?
 - a. Vegetariano _____
 - b. Bajo en calorías _____
 - c. Mixto _____
 - d. Bajo en grasas _____
- 6. ¿A qué tipo de establecimientos suele acudir cuando sale a comer?
 - a. Vegetariano _____
 - b. Comida de mar _____
 - c. Comida Asiática _____
 - d. Comida rápida _____
 - e. Comida tradicional _____
 - f. Comida típica Nariñense _____
- 7. ¿Encuentra restaurantes que ofrezcan platillos que debería consumir de acuerdo a su condición de salud?
 - a. Si _____
 - b. No _____

8. ¿Considera usted necesario la creación de un restaurante de menús saludables en la ciudad de San Juan de Pasto enfocándose en las condiciones específicas de salud?
- a. Si _____
 - b. No _____
9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada platillo del restaurante?
- a. \$15.000. _____
 - b. \$20.000. _____
 - c. \$25.000. _____
 - d. Más de \$25.000. _____
10. ¿Usted con qué frecuencia asiste a un restaurante?
- a. Cada fin de semana _____
 - b. Todos los días _____
 - c. Cada 15 días _____
 - d. Una vez al mes _____
11. ¿Por qué medio de pago le gustaría cancelar el servicio?
- a. Transferencia _____
 - b. Efectivo _____
 - c. Tarjeta debito _____
 - d. Tarjeta crédito _____
12. ¿Durante que medios le gustaría recibir publicidad relacionado con el establecimiento?
- a. Facebook _____
 - b. Instagram _____
 - c. X _____

- d. Tik Tok _____
- e. WhatsApp _____
- f. Canales de radio _____

13. ¿Qué descuento le parece razonable de acuerdo al servicio ya explicado?

- a. 3% _____
- b. 4% _____
- a. 5% _____
- b. 8%. _____

14. ¿Con qué personas suele disfrutar una salida a un restaurante?

- a. Solo _____
- b. Pareja _____
- c. Amigos _____
- d. Familia _____

15. ¿Presenta usted una condición de salud?

- a. Si _____
- b. No _____

16. Si la respuesta anterior fue si, elija una de las siguientes opciones:

- a. Diabetes _____
- b. Hipertensión _____
- c. Sobre peso _____
- d. Alergias alimenticias _____
- e. Ninguna de las anteriores _____

17. Si usted eligió una de las respuestas anteriores, ¿Usted tiene que consumir una alimentación acorde a su condición de salud?

a. Si ____

b. No ____

18. ¿Usted cumple con esa alimentación específica?

a. Si ____

b. No ____

19. Si su respuesta fue no, le gustaría que en la ciudad de Pasto existiera un restaurante que ofrezca menú saludables y equilibrados:

a. Si ____

b. No ____

20. ¿En qué parte de la ciudad le gustaría que estuviera ubicado el restaurante?

a. Centro ____

b. En el Norte ____

c. En el Sur ____

d. En otra parte _____



Certifica que:

Juan Pablo Carlosama Mirama

Participo en el simposio de pregrado

Con la ponencia titulada:

Plan de negocios para un restaurante especializado en menús para condiciones de salud en la ciudad de San Juan de Pasto.

En el:

CICACS

Realizado los días 8, 9 y 10 de octubre de 2025
Se firma en San Juan de Pasto




Fray Luis Eduardo Rubiano Guáqueta, OFM Cap.
Rector Universidad CESMAAG


PhD Javier Alejandro Jiménez Toledo
Vicerrector de Investigación y Extensión


"HOMBRES NUEVOS PARA TIEMPOS NUEVOS"
Fray Guillermo de Guzmán, OFM Cap.



Certifica que:

Franklin Loaiza Ferla

Participo en el simposio de pregrado

Con la ponencia titulada:

Plan de negocios para un restaurante especializado en menús para condiciones de salud en la ciudad de San Juan de Pasto.

En el:

CICAC

Realizado los días 8, 9 y 10 de octubre de 2025

Se firma en San Juan de Pasto



HOMBRES NUEVOS PARA TIEMPOS NUEVOS

Fray Guillermo de Guzmán, OFM Cap.


Fray Luis Eduardo Rubiano Guisqueta, OFM Cap.
Rector Universidad CESMAAG


PHD Javier Alejandro Jiménez Toledo
Vicerrector de Investigación y Extensión



Certifica que:

Giovanly Esteban Tello Delgado

Participo en el simposio de pregrado

Con la ponencia titulada:

Plan de negocios para un restaurante especializado en menús para condiciones de salud en la ciudad de San Juan de Pasto.

En el:

CICAC 2025

Realizado los días 8, 9 y 10 de octubre de 2025

Se firma en San Juan de Pasto




Fray Luis Eduardo Rubiano Gualqueta, OFM Cap.
Rector Universidad CESMAAG


PHD Javier Alejandro Jiménez Toledo
Vicepresidente de Investigación y Extensión

"HOMBRES NUEVOS PARA TIEMPOS NUEVOS"
Fragata de la Universidad CESMAAG



Otorga el presente reconocimiento
a la Excelencia en Participación Investigativa a:

JUAN CARLOSAMA, ESTEBAN TELLO Y FRANKLIN LOAIZA

en el Simposio de Estudiantes de Pregrado,
por la calidad del trabajo titulado:

Plan de negocios para un restaurante especializado en menús para condiciones de salud en la
Ciudad de San Juan de Pasto.

presentado en el:

**CICAC
2025**

Realizado los días 8, 9 y 10 de octubre de 2025
Se firma en San Juan de Pasto



Fray Luis Eduardo Rubiano Galdamez, OFM Cap.
Rector Universidad CESMAG

PHD Javier Alejandro Jiménez Toledo
Vicerrector de Investigación y Estudios

"HOMBRES NUEVOS PARA TIEMPOS NUEVOS"
Instituto para el Desarrollo Social



CERTIFICA QUE

JUAN PABLO CARLOSAMA MIRAMA

Identificado con Cedula No. 1004666591

Participó como ponente en el "IV ENCUENTRO BINACIONAL DE SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN COLOMBIA PERU realizado el 24 de noviembre de 2025, con una duración de 4 horas.

Dado en San Juan Pasto a los 28 veintiocho días del mes de noviembre de 2025.

SANDRA LUCIA GOYES ERASO
DECANA FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
UNIVERSIDAD CESMAG

CECILIA DEL ROSARIO ALAYO PALOMINO
DOCENTE INVESTIGADORA PERU



CERTIFICA QUE

FRANKIN LOAIZA FERLA

Identificado con Cedula No. 1003568496

Participó como ponente en el "IV ENCUENTRO BINACIONAL DE SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN COLOMBIA PERU realizado el 24 de noviembre de 2025, con una duración de 4 horas.

Dado en San Juan Pasto a los 28 veintiocho dias del mes de noviembre de 2025.

SANDRA LUCIA GOYES ERASO
DECANA FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
UNIVERSIDAD CESMAG

CECILIA DEL ROSARIO ALAYO PALOMINO
DOCENTE INVESTIGADORA PERU



 UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN	CARTA DE ENTREGA TRABAJO DE GRADO O TRABAJO DE APLICACIÓN – ASESOR(A)	CÓDIGO: AAC-BL-FR-032 VERSIÓN: 1 FECHA: 09/JUN/2022
---	---	---

San Juan de Pasto, 4 de agosto de 2026

Biblioteca
REMIGIO FIORE FORTEZZA OFM. CAP.
Universidad CESMAG
Pasto

Saludo de paz y bien.

Por medio de la presente se hace entrega del Trabajo de Grado / Trabajo de Aplicación denominado PLAN DE NEGOCIOS PARA UN RESTAURANTE ESPECIALIZADO EN MENÚS PARA CONDICIONES DE SALUD, EN LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO, presentado por el (los) autor(es) JUAN PABLO CARLOSAMA MIRAMA, FRANKLIN LOAIZA FERLA, GIOVANNY ESTEBAN TELLO DELGADO del Programa Académico de Contaduría Pública, al correo electrónico biblioteca.trabajosdegrado@unicesmag.edu.co. Manifiesto como asesor(a), que su contenido, resumen, anexos y formato PDF cumple con las especificaciones de calidad, guía de presentación de Trabajos de Grado o de Aplicación, establecidos por la Universidad CESMAG, por lo tanto, se solicita el paz y salvo respectivo.

Atentamente,



DIANA GICELA VILLOTA ORTEGA
C.C 27090031
Programa Contaduría Pública
3206818809
dgvillota@unicesmag.edu.co

 UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

INFORMACIÓN DEL (LOS) AUTOR(ES)	
Nombres y apellidos del autor: Juan Pablo Carlosama Mirama	Documento de identidad: 1004666591
Correo electrónico: juanpablocarlosama20@gmail.com	Número de contacto: 3107459110
Nombres y apellidos del autor: Franklin Loaiza Ferla	Documento de identidad: 1003568496
Correo electrónico: floaizaferla@gmail.com	Número de contacto: 3223839822
Nombres y apellidos del autor: Giovanny Esteban Tello Delgado	Documento de identidad: 1193474816
Correo electrónico: et8368496@gmail.com	Número de contacto: 3233961261
Nombres y apellidos del autor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Nombres y apellidos del asesor: DIANA GICELA VILLOTA ORTEGA	Documento de identidad: 27090031
Correo electrónico: dgvillota@unicesmag.edu.co	Número de contacto: 3206818809
Título del trabajo de grado: Plan de negocios para un restaurante especializado en menús para condiciones de salud, en la ciudad de San Juan de Pasto	
Facultad y Programa Académico: Facultad de Ciencias Administrativas y Contables – Contaduría Pública	

En mi (nuestra) calidad de autor(es) y/o titular (es) del derecho de autor del Trabajo de Grado o de Aplicación señalado en el encabezado, confiero (conferimos) a la Universidad CESMAG una licencia no exclusiva, limitada y gratuita, para la inclusión del trabajo de grado en el repositorio institucional. Por consiguiente, el alcance de la licencia que se otorga a través del presente documento, abarca las siguientes características:

- La autorización se otorga desde la fecha de suscripción del presente documento y durante todo el término en el que el (los) firmante(s) del presente documento conserve (mos) la titularidad de los derechos patrimoniales de autor. En el evento en el que deje (mos) de tener la titularidad de los derechos patrimoniales sobre el Trabajo de Grado o de Aplicación, me (nos) comprometo (comprometemos) a informar de manera inmediata sobre dicha situación a la Universidad CESMAG. Por consiguiente, hasta que no exista comunicación escrita de mi(nuestra) parte informando sobre dicha situación, la Universidad CESMAG se encontrará debidamente habilitada para continuar con la publicación del Trabajo de Grado o de Aplicación dentro del repositorio institucional. Conozco(conocemos) que esta autorización podrá revocarse en cualquier momento, siempre y cuando se eleve la solicitud por escrito para dicho fin ante la Universidad CESMAG. En estos eventos, la Universidad CESMAG cuenta con el plazo de un mes después de recibida la petición, para desmarcar la visualización del Trabajo de Grado o de Aplicación del repositorio institucional.

 UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

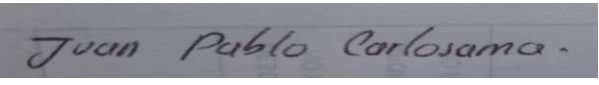
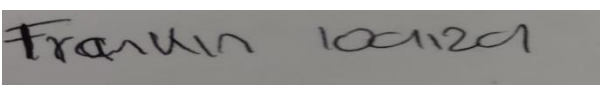
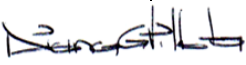
- b) Se autoriza a la Universidad CESMAG para publicar el Trabajo de Grado o de Aplicación en formato digital y teniendo en cuenta que uno de los medios de publicación del repositorio institucional es el internet, acepto(amos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación circulará con un alcance mundial.
- c) Acepto (aceptamos) que la autorización que se otorga a través del presente documento se realiza a título gratuito, por lo tanto, renuncio(amos) a recibir emolumento alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y/o cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente autorización y de la licencia o programa a través del cual sea publicado el Trabajo de grado o de Aplicación.
- d) Manifiesto (manifestamos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación es original realizado sin violar o usurpar derechos de autor de terceros y que ostento(amos) los derechos patrimoniales de autor sobre la misma. Por consiguiente, asumo(asumimos) toda la responsabilidad sobre su contenido ante la Universidad CESMAG y frente a terceros, manteniéndose indemne de cualquier reclamación que surja en virtud de la misma. En todo caso, la Universidad CESMAG se compromete a indicar siempre la autoría del escrito incluyendo nombre de(los) autor(es) y la fecha de publicación.
- e) Autorizo(autorizamos) a la Universidad CESMAG para incluir el Trabajo de Grado o de Aplicación en los índices y buscadores que se estimen necesarios para promover su difusión. Así mismo autorizo (autorizamos) a la Universidad CESMAG para que pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

NOTA: En los eventos en los que el trabajo de grado o de aplicación haya sido trabajado con el apoyo o patrocinio de una agencia, organización o cualquier otra entidad diferente a la Universidad CESMAG. Como autor(es) garantizo(amos) que he(hemos) cumplido con los derechos y obligaciones asumidos con dicha entidad y como consecuencia de ello dejo(dejamos) constancia que la autorización que se concede a través del presente escrito no interfiere ni transgrede derechos de terceros.

Como consecuencia de lo anterior, autorizo(autorizamos) la publicación, difusión, consulta y uso del Trabajo de Grado o de Aplicación por parte de la Universidad CESMAG y sus usuarios así:

- Permito(permitimos) que mi(nuestro) Trabajo de Grado o de Aplicación haga parte del catálogo de colección del repositorio digital de la Universidad CESMAG por lo tanto, su contenido será de acceso abierto donde podrá ser consultado, descargado y compartido con otras personas, siempre que se reconozca su autoría o reconocimiento con fines no comerciales.

En señal de conformidad, se suscribe este documento en San Juan de Pasto a los 4 días del mes de agosto del año 2026

	
Nombre del autor: Juan Pablo Carlosama Mirama	Nombre del autor: Frankin Loaiza Ferla
	Firma del autor
Nombre del autor: Giovanni Esteban Tello Delgado	Nombre del autor:
 Nombre del asesor: DIANA GICELA VILLOTA ORTEGA	