

Plan de negocios para la creación del Restaurante de Comidas Rápidas Tipo Fusión
ubicado en la Ciudad de Pasto Nariño

Diana Suleidi Mirama Pérez

Programa de Administración de Empresas, 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 Administradora de Empresas en la Universidad CESMAG.

La correspondencia referente a este trabajo debe dirigirse al programa de Administración de Empresas de la Universidad CESMAG. Correo electrónico: admon@unicesmag.edu.co

Plan de negocios para la creación del Restaurante de Comidas Rápidas Tipo Fusión
ubicado en la Ciudad de Pasto Nariño

Diana Suleidi Mirama Pérez

Programa de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas y
Contables, Universidad CESMAG

Asesor: Mg Everth Camilo Estupiñan Hidalgo

12 de agosto del 2026

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del Jurado

NOTA DE EXCLUSIÓN DE RESPONSABILIDAD INTELECTUAL

Las opiniones expresadas en esta obra son responsabilidad única de su autor y no reflejan, ni comprometen la ideología de la Universidad CESMAG.

DEDICATORIA

Este plan de negocios está dedicado a todas aquellas personas que, a lo largo de mi vida, han sido fuente de inspiración para perseguir mis sueños y formarme como una persona íntegra, guiada por valores y principios sólidos. De manera especial, expreso mi profundo agradecimiento a mi familia, cuyo apoyo constante, consejos oportunos y ejemplo de perseverancia me enseñaron la importancia de la educación y el esfuerzo como pilares fundamentales para el crecimiento personal y profesional. Gracias a su confianza y motivación, he podido desarrollar una visión emprendedora y el compromiso necesario para alcanzar las metas que me he propuesto.

De forma particular, dedico este trabajo a mis padres, quienes han desempeñado un papel esencial en mi desarrollo académico y profesional. Su amor incondicional, orientación constante y palabras de aliento han sido mi mayor fortaleza en cada etapa de este proceso. Su ejemplo de sacrificio y dedicación me impulsó a no rendirme ante las dificultades y a creer en mis capacidades, convirtiéndose en un pilar fundamental para la culminación de este plan de negocios y para la construcción de mi futuro profesional.

GRACIAS.

Por ayudar. Que este logro se haga realidad

Diana Suleidi Mirama Perez

AGRADECIMIENTO

Expreso mi más sincero agradecimiento a Dios por brindarme la fortaleza, la sabiduría y la perseverancia necesarias para culminar este trabajo, así como por guiar cada una de las decisiones tomadas a lo largo de este proceso académico. A mi familia, por su apoyo incondicional, comprensión y motivación constante, quienes fueron un pilar fundamental para mantenerme firme ante los retos y dificultades presentadas durante el desarrollo de este proyecto.

De manera especial, agradezco a mi madre por su amor, paciencia y acompañamiento permanente, siendo una fuente de inspiración y fortaleza en cada etapa de mi formación académica y personal. Asimismo, Agradezco a Mg. Everth Camilo Estupiñan Hidalgo, mi asesor, por su disposición, paciencia y el valioso tiempo dedicado durante el desarrollo de este trabajo; es un honor contar con su orientación. Finalmente, expreso mi sincero agradecimiento a todos mis profesores por compartir sus conocimientos, experiencia y enseñanzas a lo largo de mi trayectoria académica, contribuyendo de manera significativa a mi crecimiento profesional.

Resumen Ejecutivo

El presente plan de negocios tiene como propósito evaluar la viabilidad de la creación del restaurante de comidas rápidas tipo fusión **FUSIÓN BITE**, ubicado en la ciudad de San Juan de Pasto, Nariño. El modelo de negocio se basa en la oferta de productos gastronómicos innovadores que combinan sabores locales con influencias internacionales, orientados a satisfacer la demanda de consumidores que buscan experiencias culinarias diferentes, rápidas y de calidad.

El estudio de mercado evidenció una alta aceptación del concepto de comida fusión, con una muestra de 119 personas, donde se identificó una frecuencia significativa de consumo de comidas rápidas y una disposición favorable hacia nuevas propuestas gastronómicas. Asimismo, se determinó la existencia de un mercado potencial insatisfecho, lo cual respalda la viabilidad comercial del proyecto.

Desde el punto de vista técnico y operativo, se definieron los procesos productivos, la localización óptima del negocio y los requerimientos necesarios para su funcionamiento, garantizando eficiencia y calidad en el servicio.

En el análisis financiero, el proyecto presenta indicadores positivos, con un Valor Presente Neto (VPN) favorable, una Tasa Interna de Retorno (TIR) superior al costo de capital y una Relación Beneficio-Costo mayor a uno, lo que confirma su rentabilidad.

En conclusión, el proyecto **FUSIÓN BITE** es viable desde las perspectivas de mercado, técnica, organizacional y financiera, constituyéndose en una oportunidad de inversión atractiva en el sector gastronómico de la ciudad de Pasto.

Tabla de contenido

Introducción 15

1. Titulo. 17

1.1. Descripción de la oportunidad de negocio 17

2. Objetivos..... 20

2.1. Objetivo general 20

2.2. Objetivos específicos: 20

3. Concepto del negocio. 21

3.1. En qué consiste el negocio. 21

3.2. Identificación de bienes y servicios. 23

4. Análisis del Mercado. 24

4.1. Investigación del Mercado. 24

4.1.1.Fuentes de recolección de información. 26

4.1.1.1. Fuentes primarias..... 26

4.1.1.2 Fuentes Secundarias. 27

4.1.1.3 Fuentes Terciarias..... 28

4.1.2 Población y muestra..... 29

4.1.2.1 Población. 29

4.1.2.2 Muestra. 30

4.1.3 Técnicas e instrumentos de recolección de la información 31

4.1.4 Análisis e interpretación de la información 31

4.2. Análisis de la demanda..... 43

4.2.1Identificación de las características de la demanda. 44

4.2.2 Calculo proyección de la demanda. 45

4.3. Análisis de la competencia..... 49

4.3.1 Identificación de las características de la oferta 49

4.3.2 Cálculo y proyección de la oferta 53

4.4. Determinación del mercado insatisfecho. 55

4.5. Estrategias de mercado..... 58

4.6. Presupuesto de la mezcla de mercadeo 71

5. Plan de operaciones. 74

5.1. Ficha técnica de productos y/o servicios..... 74

5.2 Localización e identificación del tamaño del negocio 84

5.3 Descripción de procesos de producción, ventas y servicios..... 107

5.3.1 Diagrama de flujo de proceso..... 115

5.4 Distribución física e ingeniería del proyecto..... 118

5.5 Necesidades y requerimientos 123

5.6 Plan de producción u operación 144

6. Aspectos organizacionales 149

6.1 Estructura organizacional..... 149

6.2 Descripción de funciones 150

6.3 Normatividad..... 168

6.3.1 Normatividad empresarial 168

6.3.2 Normatividad tributaria 171

6.3.3 Normatividad técnica (permisos, licencias, registros, etc.) 175

6.3.4 Normatividad laboral..... 179

6.3.5 Normatividad ambiental.....181

7. Plan financiero 184

7.1 Estudio económico 184

7.1.1 Determinación de inversiones 185

7.1.2 Cálculo de costos y gastos 193

7.1.3 Cálculo y proyección de los ingresos 203

7.1.4 Identificación del punto de equilibrio..... 206

7.1.5 Estados financieros..... 211

7.1.5.1 Estado de situación financiera..... 211

7.1.5.2 Estado de resultados..... 214

7.1.5.3 Flujo de fondos..... 216

7.2 Evaluación financiera..... 219

7.2.1 Indicadores de rentabilidad.....220

7.2.1.1 Valor presente neto (VPN).....
.....220

7.2.1.2 Tasa interna de retorno (TIR)
.....222

7.2.1.3 Relación beneficio costo
(RBC).....
.....224

8. Identificación de incidencias..... 227.

8.1 Incidencias económicas..... 227

8.2 Incidencias ambientales..... 228

8.3 Incidencias sociales 231

Conclusiones.....
..... 233

Recomendaciones
.....235

Referencias
.....237

Anexos 240

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Población de pasto</i>	29
Tabla 2 <i>Estimación de la demanda</i>	45
Tabla 3 <i>Total demanda año</i>	47
Tabla 4 <i>Proyección de la demanda</i>	48
Tabla 5 <i>Competidores</i>	51
Tabla 6 <i>Calculo de la oferta</i>	54
Tabla 7 <i>Proyección de la oferta</i>	55
Tabla 8 <i>Mercado insatisfecho</i>	58
Tabla 9 <i>Precios estimados del menú (Fusión Bite)</i>	66
Tabla 10 <i>Estrategia, medio y utilización en cuanto a la publicidad</i>	68
Tabla 11 <i>Estrategia, medio y utilización en cuanto a promoción, venta personal y relaciones públicas</i>	70
Tabla 12 <i>Presupuesto de la mezcla de mercadeo</i>	72
Tabla 13 <i>Ficha técnica Hamburguesa Fusión Clásica</i>	75
Tabla 14 <i>Ficha técnica Hamburguesa Fusión Especial (Doble carne)</i>	76
Tabla 15 <i>Ficha técnica Wrap Fusión (Pollo o Res)</i>	78
Tabla 16 <i>Ficha técnica Papas Fusión (Porción Personal)</i>	80
Tabla 17 <i>Ficha técnica Papas Fusión (Porción Familiar)</i>	81
Tabla 18 <i>Ficha técnica Bebida Natural Fusión (Limonada / Té frío)</i>	82
Tabla 19 <i>Macro localización</i>	90
Tabla 20 <i>Tabla de Calificación de macro localización</i>	93
Tabla 21 <i>Matriz de micro localización</i>	102
Tabla 22 <i>Calificación micro localización</i>	104
Tabla 23 <i>Tabla de proceso de producción</i>	107
Tabla 24 <i>Proceso de ventas</i>	111
Tabla 25 <i>Proceso de servicio al cliente y entrega del producto</i>	113
Tabla 26 <i>Descripción de equipo básico</i>	123
Tabla 27 <i>Plan de producción de productos en insumos frescos y de calidad</i>	147

Tabla 28 *Manual de funciones*.....150

Tabla 29 *Inversión en maquinaria y equipo*.....186

Tabla 30 *Inversión en muebles y enseres*.....187

Tabla 31 *Equipo de oficina*.....189

Tabla 32 *Dotaciones*.....189

Tabla 33 *Inversión diferida*.....190

Tabla 34 *Capital de trabajo*.....190

Tabla 35 *Depreciación activos fijos*.....192

Tabla 36 *Amortización de activos diferidos*.....193

Tabla 37 *Materia prima Hamburguesa fusión (producto estrella)*.....195

Tabla 38 *Materia prima Wrap fusión*.....196

Tabla 39 *Materia prima Papas especiales fusión*.....196

Tabla 40 *Materia prima Bowl saludable fusión*.....197

Tabla 41 *Porcentaje participación en ventas*.....197

Tabla 42 *Costo promedio materia prima*.....198

Tabla 43 *Costo total de materia prima (Proyección 5 años)*.....198

Tabla 44 *Costo de mano de obra directa*.....199

Tabla 45 *Costos fijos y variables*.....199

Tabla 46 *Costo de producción (Proyección 5 años)*.....200

Tabla 47 *Carga prestacional*.....201

Tabla 48 *Otros gastos de administración*.....202

Tabla 49 *Consolidado de costos y gastos*.....202

Tabla 50 *Proyección de ingresos*.....204

Tabla 51 *Proyección de ingresos por producto*.....205

Tabla 52 *Punto de equilibrio por producto (unidades)*.....207

Tabla 53 *Análisis de margen de contribución por producto*.....209

Tabla 54 *Punto de equilibrio año 2026 (Comportamiento)*..... 209

Tabla 55 *Estado de situación financiera inicial*..... 212

Tabla 56 *Estado de resultados proyectado a 5 años*.....214

Tabla 57 *Flujo de inversión*.....217

Tabla 58 *Flujo de producción (flujo operativo)*.....217

Tabla 59 *Flujo neto*.....218

Tabla 60 *Indicadores de rentabilidad*..... 221

Tabla 61 *Valor presente neto*.....224

Tabla 62 *Tasa interna de retorno*.....225

Tabla 63 *Relación beneficio costo*..... 226

Índice de figura

Figura 1 *Genero*.....32

Figura 2 *Edad*.....33

Figura 3 *Frecuencia de consumo de comidas rápidas*.....33

Figura 4 *Familiarización con el concepto de comida fusión*.....34

Figura 5 *Tipo de cocina que le gustaría combinada*.....35

Figura 6 *Formato preferido para consumir comida rápida*.....35

Figura 7 *Factores más importantes para elegir un restaurante*.....36

Figura 8 *Precio dispuesto a pagar por un plato principal*.....37

Figura 9 *Importancia de opciones saludables*.....37

Figura 10 *Medio preferido para conocer nuevos restaurantes*.....38

Figura 11 *Probabilidad de visitar un restaurante tipo fusión*.....39

Figura 12 *Importancia de la presentación de los platos*.....40

Figura 13 *Interés de una aplicación móvil con pedidos y recompensas*.....40

Figura 14 *Horarios en los que más consumen comida rápida*.....41

Figura 15 *Comentarios y sugerencias*.....41

Figura 16 *Marca de producto*.....59

Figura 17 *Logo tipo de la marca*.....60

Figura 18 *Simbología para la marca*.....60

Figura 19 *Tipografía para la marca*.....61

Figura 20 *Gama cromática colores de la marca*.....62

Figura 21 *Slogan de la marca*.....63

Figura 22 *Empaque del producto*.....65

Figura 23 *Flujograma proceso productivo, productivo de comidas rápidas tipo fusión*.....115

Figura 24 *plano del restaurante de comidas rápidas tipo fusión*.....120

Figura 25 *Estructura organizacional*.....149

Figura 26 *Punto de equilibrio*.....210

Introducción

El sector gastronómico se ha consolidado como una de las actividades económicas con mayor crecimiento y competitividad en los últimos años, debido a los cambios en los estilos de vida, el aumento del consumo fuera del hogar y la evolución de las preferencias del consumidor. En este contexto, la industria de las comidas rápidas ha dejado de enfocarse únicamente en la rapidez del servicio y el bajo costo, para orientarse hacia modelos empresariales donde la calidad, la innovación y la experiencia del cliente se convierten en elementos determinantes para el posicionamiento en el mercado.

Según Kotler y Keller (2016):

una oportunidad de mercado se origina cuando se identifican necesidades insatisfechas y se diseñan propuestas de valor capaces de responder estratégicamente a dichas demandas (p. 123).

En la ciudad de San Juan de Pasto, el mercado gastronómico presenta un escenario favorable para el desarrollo de propuestas innovadoras, considerando el crecimiento del comercio local, la diversidad cultural y el flujo turístico que se incrementa en temporadas especiales como el Carnaval de Negros y Blancos. Asimismo, la globalización y la influencia de las redes sociales han transformado el comportamiento del consumidor, incentivando el interés por nuevas combinaciones de sabores y experiencias culinarias diferentes a la oferta tradicional. En este sentido, el presente plan de negocios se orienta a la creación de un restaurante de comidas rápidas tipo fusión en la ciudad de Pasto, con el propósito de ofrecer una alternativa diferenciadora basada en la integración de ingredientes regionales con técnicas y sabores internacionales.

El concepto de comida fusión representa una tendencia gastronómica contemporánea que permite combinar creatividad culinaria, diversidad cultural e innovación en el diseño de productos

alimenticios. Este modelo responde a las nuevas exigencias del consumidor moderno, quien no solo busca alimentarse, sino también vivir una experiencia integral asociada al servicio, la presentación y la identidad del establecimiento. De acuerdo con Schmitt y Rogers (2008), los consumidores actuales valoran marcas que logren generar experiencias sensoriales y emocionales, lo cual influye directamente en su decisión de compra y en la fidelización hacia los negocios gastronómicos.

El desarrollo de este documento se fundamenta en la formulación estructurada de un plan de negocios que permita analizar la viabilidad del proyecto desde los aspectos de mercado, técnicos, administrativos y financieros. Para ello, se aplicará una investigación de mercado mediante encuestas dirigidas a una muestra representativa de la población de Pasto, con el fin de identificar hábitos de consumo, preferencias gastronómicas, percepción del concepto de comida fusión y disposición de pago, constituye una herramienta esencial para disminuir la incertidumbre en la toma de decisiones empresariales, permitiendo diseñar estrategias competitivas basadas en información confiable y real.

En consecuencia, este plan de negocios busca establecer bases sólidas para la creación de un restaurante de comidas rápidas tipo fusión en San Juan de Pasto, contribuyendo al fortalecimiento del sector gastronómico local, al desarrollo económico regional y a la generación de valor para consumidores que demandan propuestas modernas, innovadoras y de alta calidad.

1. Plan de negocios para la creación del Restaurante de Comidas Rápidas Tipo Fusión ubicado en la ciudad de Pasto.

1.1. Descripción de la oportunidad de mercado

Se presenta una oportunidad para desarrollar un modelo de negocio rentable en el sector gastronómico de San Juan de Pasto, aprovechando las tendencias actuales de consumo y la creciente demanda de experiencias culinarias innovadoras. La propuesta se centra en la creación de un restaurante de comidas rápidas tipo fusión, que combine ingredientes locales con técnicas y sabores de diversas culturas gastronómicas. La innovación dentro de los modelos de negocio surge cuando se identifican necesidades no satisfechas en el mercado, combinadas con una visión estratégica que permita transformar esas carencias en oportunidades rentables. Este concepto permite ofrecer una alternativa diferenciadora en un mercado donde predominan los establecimientos de comida tradicional y las franquicias convencionales.

Según Kotler y Keller (2016)

Una oportunidad de mercado puede definirse como una “área de necesidad o interés insatisfecho que una empresa puede identificar y explotar con su oferta”, lo que implica observar detenidamente el entorno, los cambios en los estilos de vida y las aspiraciones del consumidor para diseñar productos o servicios que se ajusten a esas transformaciones. Este planteamiento resulta especialmente pertinente en el ámbito gastronómico de Pasto, donde los hábitos de consumo están evolucionando hacia experiencias más sofisticadas, pero accesibles (p.123).

El modelo de negocio busca atender las necesidades de consumidores que valoran la rapidez en el servicio sin sacrificar la calidad ni el sabor. En los últimos años, la globalización y la influencia de redes sociales han incentivado el interés por probar nuevas combinaciones de

sabores, generando una demanda creciente por restaurantes que ofrezcan opciones innovadoras y variadas. La evolución de la gastronomía como fenómeno cultural ha llevado a que las personas no solo busquen alimentarse, sino también vivir experiencias sensoriales y sociales. En este contexto, el restaurante de comida rápida tipo fusión ofrecerá un menú con influencias latinoamericanas, asiáticas, mediterráneas y locales, generando una experiencia gastronómica única.

Según Schmitt y Rogers (2008):

Afirman que “los consumidores de hoy desean marcas que ofrezcan algo más que funcionalidad: buscan estímulo emocional, intelectual y sensorial”, lo que explica por qué los conceptos de comida fusión —que rompen con lo convencional y apuestan por la creatividad— están captando mayor atención. En este contexto, los consumidores valoran la experimentación culinaria como una forma de entretenimiento personal y exploración cultural, especialmente en entornos donde las redes sociales juegan un papel vital en la difusión de experiencias gastronómicas (p.35).

San Juan de Pasto cuenta con una población diversa y un flujo constante de turistas, especialmente en épocas de eventos culturales como el Carnaval de Negros y Blancos, lo que representa una gran oportunidad para atraer tanto a clientes locales como a visitantes. Además, el auge de las plataformas de pedidos en línea ha transformado los hábitos de consumo, lo que hace viable la implementación de un modelo que combine atención presencial, servicio para llevar y entrega a domicilio. Las condiciones locales, como la riqueza cultural y la afluencia turística, son determinantes en la formulación de una propuesta gastronómica sólida.

Según Osterwalder y Pigneur (2011):

Destacan que “todo modelo de negocio debe adaptarse al entorno en el que opera,

considerando no solo a sus clientes, sino también los canales y recursos clave del ecosistema”. En ese sentido, el turismo estacional, la identidad cultural de Pasto y la creciente preferencia por los pedidos digitales representa variables que pueden ser aprovechadas estratégicamente para construir una experiencia de marca multicanal. La integración de plataformas tecnológicas en el servicio gastronómico ya no es una opción, sino una necesidad impuesta por las nuevas formas de interacción social y consumo (p.21).

A diferencia de los restaurantes tradicionales que operan en la ciudad, esta propuesta se enfocará en la personalización del servicio, la oferta de opciones saludables y la utilización de ingredientes frescos de la región. La implementación de estrategias digitales y el uso de herramientas tecnológicas como kioscos de autoservicio y pedidos en línea garantizarán una experiencia eficiente y adaptada a las necesidades del consumidor actual. Con esta propuesta, se espera captar un segmento de mercado que busca opciones gastronómicas de calidad, con un servicio ágil y una oferta variada. Al integrar sabores y técnicas de diversas culturas en un formato accesible y moderno, el restaurante se posicionará como un referente en la gastronomía de San Juan de Pasto, brindando un valor agregado tanto a la comunidad local como a los turistas. La tecnología y la salud son hoy dos pilares fundamentales de la innovación en el sector alimentario.

Según Malhotra (2019):

Sostiene que “la capacidad de una empresa para entender las preferencias de sus consumidores y adaptarse con agilidad mediante herramientas tecnológicas puede significar la diferencia entre el éxito y el fracaso en mercados dinámicos”. En este sentido, ofrecer menús personalizables, saludables y accesibles, junto a una atención digitalizada y eficiente, no solo mejora la experiencia del cliente, sino que convierte al restaurante en un

actor moderno, competitivo y alineado con los valores contemporáneos del consumidor urbano. Esta sinergia entre salud, tecnología y diversidad gastronómica no solo aporta diferenciación en un mercado saturado, sino que también contribuye al desarrollo sostenible de la economía local, al priorizar productos frescos y alianzas con productores regionales, creando así un impacto positivo tanto económico como social (p.114).

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Realizar un plan de negocios para la creación de un Restaurante de Comidas Rápidas Tipo Fusión ubicado en la Ciudad de Pasto.

2.2 Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda, oferta y estrategias de marketing.
- Estructurar el estudio técnico para determinar y cuantificar el tamaño del proyecto, la localización optima y la ingeniería del proyecto.
- Elaborar el estudio administrativo para determinar la estructura organizacional y legal de la empresa.
- Estimar las proyecciones financieras para determinar su viabilidad.
- Determinar las posibles incidencias económicas, sociales y ambientales que pueden generar el proyecto.

3. Concepto del negocio

3.1.En qué consiste el negocio

El presente negocio se fundamenta en la creación de un restaurante de comidas rápidas tipo fusión, que combina ingredientes y técnicas culinarias de diferentes culturas para ofrecer platillos innovadores y de alta calidad. La propuesta se basa en la elaboración de un menú que integra sabores internacionales con productos locales, garantizando una experiencia gastronómica única para los clientes. La combinación de elementos culinarios de distintas culturas responde a una necesidad creciente de los consumidores por experiencias gastronómicas diferenciadas.

Según Muñoz y Martínez (2021):

“La cocina fusión no solo representa una mezcla de ingredientes, sino una propuesta cultural y creativa que permite a los comensales experimentar lo mejor de varios mundos culinarios en un solo plato, enriqueciendo la identidad de los restaurantes y ampliando su mercado objetivo”. Este enfoque no solo ofrece una ventaja competitiva, sino que también permite consolidar una marca auténtica que conecte con los gustos contemporáneos de la clientela (p.47).

El restaurante se enfocará en tres aspectos clave: rapidez en el servicio, calidad en los ingredientes y una oferta variada que atienda distintas preferencias alimenticias. Se implementará un modelo de autoservicio con kioscos digitales y pedidos en línea, permitiendo a los clientes realizar sus órdenes de manera rápida y eficiente. Asimismo, se ofrecerán opciones para consumo en el establecimiento, pedidos para llevar y servicio de entrega a domicilio mediante plataformas digitales. A diferencia de los establecimientos convencionales, este negocio ofrecerá una propuesta gastronómica diferenciada, adaptada a las nuevas tendencias de consumo. Se incorporarán

opciones vegetarianas, veganas y sin gluten, con el fin de captar un mercado más amplio y responder a las necesidades de clientes que buscan alternativas saludables. La salud y la sostenibilidad han pasado a ser prioridades clave para el consumidor moderno.

Según euro monitor International (2021):

“El consumidor postpandemia exige opciones alimenticias más conscientes, tanto en términos de salud como de impacto ambiental; por ello, la oferta gastronómica debe contemplar dietas alternativas y productos locales, naturales y sin procesar para satisfacer a un público más informado y exigente”. Al integrar estas opciones, el restaurante no solo se adapta a nuevas demandas, sino que también refuerza su compromiso con el bienestar de sus clientes y su entorno (p.8).

El diseño del restaurante será moderno y acogedor, con una ambientación que refleje la fusión de culturas gastronómicas. Además, se establecerán alianzas con proveedores locales para garantizar la frescura de los ingredientes, promoviendo el desarrollo económico de la región y asegurando productos de alta calidad para la elaboración de los platillos. Con una estrategia basada en la innovación, la eficiencia operativa y el uso de tecnología, el restaurante buscará consolidarse como una opción atractiva dentro del sector gastronómico de San Juan de Pasto, generando fidelización entre los clientes y posicionando la marca en el mercado local. El ambiente físico y las alianzas locales son elementos fundamentales en la creación de una marca gastronómica con identidad propia.

De acuerdo con Pine y Gilmore (2013):

“Los entornos de consumo deben convertirse en escenarios de experiencia, donde la decoración, el servicio y el origen de los productos se integren para contar una historia

coherente que conecte emocionalmente con el cliente”. La utilización de ingredientes regionales no solo garantiza frescura, sino que genera valor compartido al dinamizar la economía local, construyendo un negocio socialmente responsable y sostenible en el tiempo (p.38.)

3.2. Identificación de bienes y de servicios

El restaurante de comidas rápidas tipo fusión ofrecerá una propuesta gastronómica innovadora, basada en la combinación de sabores internacionales con ingredientes autóctonos de la región. Esta mezcla culinaria permitirá crear platillos únicos que despierten el interés de los consumidores y se conviertan en una alternativa distinta frente a la oferta tradicional de la ciudad de Pasto.

El menú estará compuesto por una variedad de productos cuidadosamente diseñados para responder a diferentes gustos, preferencias alimenticias y estilos de vida. Entre los productos destacados se encuentran hamburguesas fusión con ingredientes locales y exóticos, tacos gourmet con salsas artesanales, bowls saludables con proteína vegetal o animal, y sándwiches internacionales inspirados en cocinas asiáticas, mediterráneas y latinoamericanas. Todos los alimentos serán preparados con insumos frescos, provenientes en su mayoría de productores locales, garantizando calidad, sabor y sostenibilidad.

En cuanto a bebidas y postres, el restaurante ofrecerá limonadas infusionadas con hierbas frescas, té exóticos de origen natural, jugos artesanales, y postres fusión como cheesecake de maracuyá con base de hojaldre crocante o mousse de chocolate con quinua. Este enfoque busca estimular la curiosidad del cliente y ofrecer una experiencia sensorial completa en cada visita.

El restaurante también incorporará servicios digitales complementarios, como una plataforma web y una aplicación móvil para realizar pedidos, reservas y acceder a programas de fidelización. Además, contará con kioscos de autoservicio en el punto físico, lo que permitirá optimizar el tiempo de atención, mejorar la eficiencia operativa y reducir tiempos de espera. Para fomentar la conexión con el cliente, se realizarán eventos temáticos, noches de cocina en vivo, degustaciones y promociones exclusivas, buscando no solo atraer, sino fidelizar a los comensales.

Adicionalmente, se ofrecerán opciones gastronómicas inclusivas, como platos vegetarianos, veganos y sin gluten, para captar la atención de consumidores con dietas especiales o necesidades alimentarias particulares. Este modelo no solo busca posicionarse en el mercado por su variedad y calidad, sino también por su responsabilidad social y sensibilidad hacia las nuevas demandas del consumidor contemporáneo.

Como señala Gil (2020):

En el sector de alimentos, “la diferenciación de la oferta no solo se basa en el producto, sino en la experiencia que se construye alrededor de él; desde la presentación hasta la interacción con el cliente, pasando por la historia que cuenta cada plato y la coherencia entre el entorno, el servicio y la calidad”. Por ello, una adecuada identificación de bienes y servicios, sustentada en creatividad, tecnología, frescura y responsabilidad, permite posicionar la marca y construir una conexión emocional duradera con los clientes (p.68).

4. Análisis del mercado

4.1. Investigación de mercado

La propuesta de valor de este negocio se centra en la ***comida fusión***, un concepto que ha ganado gran aceptación en diversas partes del mundo por su carácter innovador, creativo y culturalmente integrador. La comida fusión consiste en la combinación armoniosa de ingredientes, técnicas culinarias y tradiciones gastronómicas de distintas regiones del mundo, creando platillos originales que conservan elementos de cada cultura, pero adaptados a los gustos contemporáneos. Este enfoque no solo enriquece el menú, sino que ofrece al cliente una experiencia multisensorial y cosmopolita que va más allá del acto de alimentarse.

En el contexto local, se observa un ***creciente interés por propuestas gastronómicas diferentes***, especialmente entre públicos jóvenes, profesionales y turistas que buscan alternativas más saludables, variadas y sofisticadas. Las redes sociales han influido en la forma en que los consumidores descubren y comparten sus experiencias culinarias, generando una cultura de exploración gastronómica que estimula la demanda por nuevos sabores y presentaciones.

La investigación de mercado para este proyecto se enfocará en ***recoger datos directos de potenciales consumidores*** a través de encuestas estructuradas. Estas encuestas permitirán conocer el nivel de familiaridad del público con el concepto de comida fusión, sus preferencias de consumo, frecuencia con la que comen fuera de casa, su interés por opciones saludables y la disposición a pagar por propuestas innovadoras. También se evaluarán los formatos de consumo más valorados (en restaurante, para llevar o a domicilio) y los canales digitales preferidos para interactuar con el negocio (aplicaciones móviles, redes sociales, etc.). Este análisis proporcionará ***una base cuantitativa y cualitativa sólida*** para diseñar una estrategia comercial coherente con las características y necesidades reales del mercado. Asimismo, ayudará a identificar oportunidades de diferenciación frente a la competencia existente en Pasto y a fortalecer la propuesta del restaurante como una opción gastronómica moderna, saludable y culturalmente atractiva.

De acuerdo con García y Molina (2022):

“La comida fusión no es simplemente una mezcla arbitraria de sabores, sino una disciplina culinaria que busca generar nuevas expresiones culturales mediante la innovación respetuosa de tradiciones gastronómicas; su éxito depende, en gran medida, de una comprensión profunda del público al que se dirige y de una ejecución coherente con las expectativas del consumidor moderno”. Por esta razón, la investigación de mercado no solo es una herramienta técnica, sino una base estratégica para conectar auténticamente con el cliente y ofrecer una experiencia gastronómica memorable (p.88).

4.1.1 Fuentes de recolección de información

4.1.1.1 Fuentes primarias

La fuente de información primaria para este plan de negocios se obtendrá mediante la aplicación de encuestas estructuradas a consumidores potenciales, con especial énfasis en los sectores turístico, comercial y residencial de la ciudad de San Juan de Pasto. Este tipo de información se considera de primera mano porque proviene directamente del público objetivo, y su recolección será clave para construir una visión clara y realista sobre la aceptación del restaurante de comidas rápidas tipo fusión en el mercado local.

El instrumento principal será una encuesta diseñada cuidadosamente para abordar múltiples dimensiones del comportamiento del consumidor, tales como los hábitos de consumo relacionados con la comida rápida, el nivel de familiaridad con la cocina fusión, las preferencias alimenticias, la percepción de calidad en el servicio, y la disposición a pagar por productos gastronómicos innovadores. Asimismo, se incluirán preguntas relacionadas con la frecuencia con la que los encuestados comen fuera de casa, su interés en menús saludables y personalizados, y sus formatos de consumo preferidos (presencial, para llevar o a domicilio). Este tipo de

información permitirá conocer no solo si existe interés en la propuesta gastronómica, sino también cuáles son los segmentos de mercado con mayor potencial, qué aspectos valoran más al elegir un restaurante, y cómo perciben la relación calidad/precio en este tipo de servicio. Además, facilitará la identificación de recetas estandarizadas de comportamiento diferenciados entre los residentes y los turistas que visitan la ciudad, especialmente durante eventos como el Carnaval de Negros y Blancos.

La recolección de datos primarios tiene el propósito de proporcionar una base empírica para tomar decisiones estratégicas con mayor certeza, al adaptar la oferta del restaurante a las verdaderas expectativas de los consumidores. En ese sentido, los resultados de estas encuestas constituirán un insumo esencial para la formulación del modelo de negocio, el diseño del menú, la estrategia comercial y la estructura operativa del proyecto.

Como lo afirman Sampieri, Collado y Lucio (2014):

“Las fuentes primarias brindan información original y específica que proviene directamente de los actores involucrados en el fenómeno de estudio; son especialmente útiles cuando se necesita un conocimiento profundo del comportamiento de un público objetivo y de los factores que influyen en sus decisiones de consumo”. Por esta razón, la utilización de encuestas como instrumento metodológico en este proyecto no solo es pertinente, sino imprescindible para garantizar su coherencia con la realidad del mercado local (p.147).

4.1.1.2. Fuentes secundarias

Se consultarán documentos publicados por entidades gubernamentales como el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) y asociaciones del sector

gastronómico, que proporcionan información relevante sobre tendencias de consumo, preferencias alimenticias y hábitos de compra en la industria de comidas rápidas en Colombia. Estos datos permitirán contextualizar el comportamiento del consumidor a nivel regional y nacional. Además, se revisarán estudios de mercado, informes sectoriales, artículos académicos y análisis competitivos que aporten información sobre restaurantes similares que ya operan en otras ciudades del país. El objetivo es identificar factores de éxito, prácticas efectivas, errores comunes y desafíos del sector, para incorporar aprendizajes que fortalezcan la propuesta del restaurante.

Estas fuentes secundarias permitirán contrastar los hallazgos obtenidos en la investigación primaria con información ya verificada, y proporcionarán un marco referencial para tomar decisiones estratégicas bien fundamentadas.

Como señalan Hernández, Fernández y Baptista (2014);

“Las fuentes secundarias son recursos valiosos que permiten comprender el entorno desde una perspectiva documentada, complementando la información de campo con antecedentes confiables y verificables que respaldan la planificación del proyecto” (p.93).

4.1.1.3 Fuentes terciarias

Se centrará en la recopilación de datos a partir de bases de datos y sitios web especializados en la investigación de mercado enfocadas en el sector gastronómico. Estos recursos incluirán estudios sobre la evolución de la industria de la comida rápida, tendencias emergentes y preferencias del consumidor a nivel municipal y departamental. Dentro de estas fuentes se incluyen estudios sobre la evolución de la industria de la comida rápida en Colombia y América Latina, así como investigaciones relacionadas con tendencias emergentes en hábitos de consumo, innovación en modelos de negocio gastronómico y preferencias del consumidor, tanto a nivel municipal como

departamental. También se consultarán portales como, Google Scholar y bases bibliográficas universitarias que permitan obtener información actualizada y relevante. El propósito de emplear fuentes terciarias es complementar los datos primarios y secundarios con una visión estructurada y multidisciplinaria del mercado, que facilite el análisis del entorno y el diseño estratégico del restaurante de comidas rápidas tipo fusión.

Según Malhotra (2019):

“Las fuentes terciarias son herramientas indispensables para acceder de forma eficiente a grandes volúmenes de información analítica y científica, organizada para facilitar la toma de decisiones estratégicas en entornos dinámicos y altamente competitivos” (p.114).

4.1.2 Población y Muestra

4.1.2.1 Población

Tabla 1 población de pasto

Genero	Cantidad de personas	Porcentaje
Mujer	207.223	52.7%
Hombre	185.707	47.3%
Total	392.930	100%

Nota: la tabla muestra la población de la ciudad de pasto por género

Según el Censo Nacional de Población y Vivienda realizado por el DANE en el año 2018, la ciudad de Pasto cuenta con una población ajustada de 392.930 habitantes, de los cuales 207.223 son mujeres (52,7%) y 185.707 son hombres (47,3%), lo que evidencia una diferencia significativa de 21.516 mujeres más que hombres. Esta distribución de género no solo refleja una tendencia nacional donde las mujeres suelen superar ligeramente en número a los hombres, especialmente en zonas urbanas, sino que también plantea una serie de implicaciones sociales clave.

El predominio femenino en la población pastusa exige la formulación de políticas públicas con enfoque de género, orientadas a garantizar equidad en el acceso a servicios de salud, educación, empleo y participación ciudadana. Además, esta diferencia sustenta la necesidad de implementar estrategias para prevenir la violencia basada en género y promover el liderazgo femenino en los diferentes espacios sociales. Este análisis demográfico revela que Pasto es una ciudad con una mayoría femenina, lo que obliga a sus instituciones y autoridades a desarrollar una visión inclusiva, sensible y equitativa que responda a las realidades sociales de su población.

4.1.2.2 Muestra

Para la investigación, se aplicará la formula estadística de la muestra que se presenta a continuación.

$$n = \frac{N \times Z^2 \times P \times Q}{e^2 (N - 1) + Z^2 \times P \times Q}$$

N: número de habitantes en San Juan de Pasto.

$$\begin{aligned} n &= \frac{392,930 \times (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,09)^2 (392,930 - 1) + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5} \\ n &= \frac{392,930 \times 3,8416 \times 0,25}{0,0081 \times 392,929 + 3,8416 \times 0,25} \\ n &= \frac{392,930 \times 0,9604}{3,182.73 + 0,9604} \\ n &= \frac{377,369.99}{3,186.69} \\ n &= 118.45 \end{aligned}$$

Después de aplicar la fórmula estadística para calcular el tamaño de una muestra representativa de la población total de Pasto (392.930 habitantes), y usando un **nivel de confianza del 95%** y un **margen de error del 9%**, Se necesitan **aproximadamente 119 personas para representar estadísticamente a toda la población.**

4.1.3 Técnicas e instrumentos de recolección

La técnica de recolección de información se realizará a través de encuestas virtuales o presenciales, las cuales, son herramientas que incluyen la obtención de información sobre una parte de la población o muestra, de igual manera, brinda soportes cuantiosos para el análisis del sector gastronómico, específicamente en restaurantes de comidas rápidas tipo fusión. Es decir, esta técnica permite obtener información precisa y de un gran número de personas, que ayudan a la investigación a tener información en un tiempo determinado. El análisis de los resultados permitirá **extraer conclusiones concretas** que orienten el diseño de la propuesta gastronómica, la estrategia comercial y el posicionamiento de marca, todo ello enmarcado en datos reales y validados estadísticamente.

Como afirman Hernández, Fernández y Baptista (2014):

“La encuesta es una técnica eficaz para recolectar información de un amplio número de individuos, permitiendo cuantificar opiniones, comportamientos y características específicas de una población, lo cual facilita el análisis y la toma de decisiones fundamentadas en evidencia” (p.267).

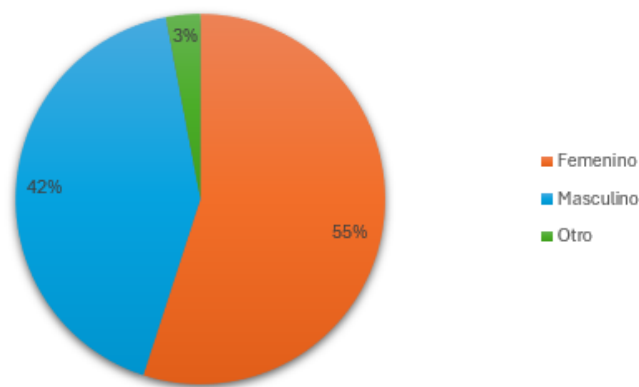
4.1.4. Análisis e interpretación de la información

El análisis e interpretación de la información constituye una fase fundamental dentro del proceso de investigación de mercado, ya que permite transformar los datos obtenidos mediante las encuestas en información útil para la toma de decisiones estratégicas del proyecto empresarial. En el presente estudio se aplicaron encuestas a una muestra representativa de **119 personas residentes en la ciudad de San Juan de Pasto**, seleccionadas con un nivel de confianza del **95%** y un margen

de error del **9%**, lo cual permite obtener resultados estadísticamente confiables para analizar el comportamiento del mercado objetivo.

El análisis de la información permitió identificar tendencias relevantes relacionadas con los hábitos de consumo, preferencias gastronómicas, nivel de aceptación del concepto de comida fusión, frecuencia de consumo de comidas rápidas y factores que influyen en la decisión de compra de los consumidores.

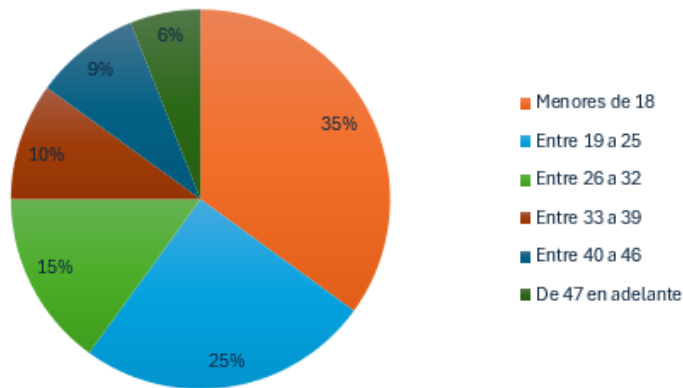
Figura 1 *Genero*



Nota: Fuente propia

Los resultados de la encuesta evidencian que el **54.6% de los encuestados corresponde al género femenino**, mientras que el **42% corresponde al género masculino**, y el **3.4% se identifica con otras opciones de género**. Esta distribución indica que el público femenino representa un segmento significativo dentro del mercado potencial, por lo cual las estrategias de marketing del restaurante deberán considerar elementos atractivos para este grupo, tales como opciones saludables, presentaciones visualmente atractivas y ambientes agradables.

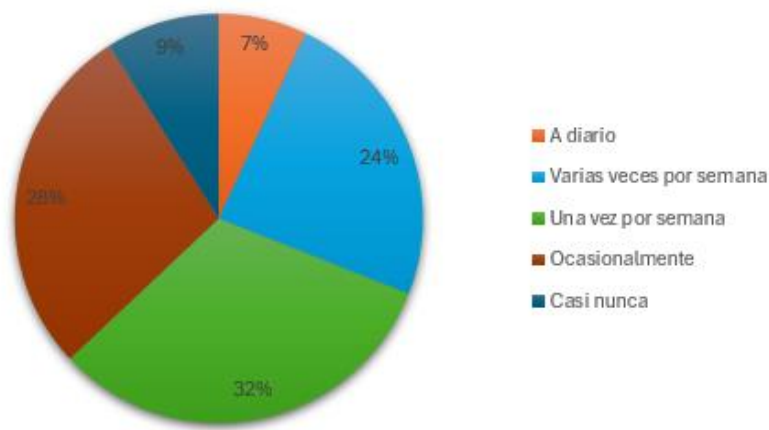
Figura 2 Edad



Nota: Fuente propia

Se observa que la mayor participación corresponde a **personas menores de 25 años**, especialmente en el rango de **menores de 18 años (35%)** y **19 a 25 años (25%)**, lo que evidencia que el consumo de comidas rápidas se concentra principalmente en población joven. Este grupo suele presentar estilos de vida dinámicos, mayor uso de redes sociales y preferencia por propuestas gastronómicas innovadoras, factores que favorecen la implementación de un restaurante de comida rápida tipo fusión.

Figura 3 Frecuencia de consumo de comidas rápidas

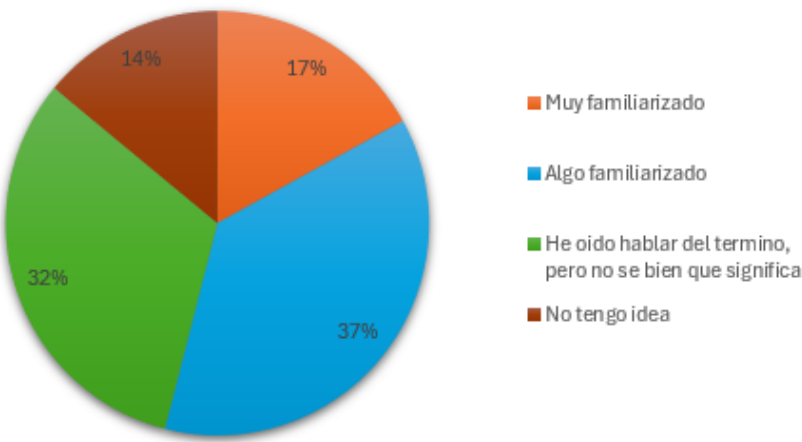


Nota: Fuente propia

Los resultados muestran que el **32% de los encuestados consume comidas rápidas una vez por semana**, seguido de un **28% que lo hace ocasionalmente** y un **24% que consume varias veces por semana**. Estos datos reflejan que existe una **demanda constante y significativa en el mercado**, lo cual evidencia un escenario favorable para el desarrollo de un negocio gastronómico en la ciudad de Pasto.

El hecho de que la mayoría de los consumidores mantenga una frecuencia semanal o superior indica que las comidas rápidas forman parte habitual de la dieta urbana, especialmente entre estudiantes y trabajadores que buscan soluciones alimenticias rápidas y accesibles.

Figura 4 *Familiarización con el concepto de comida fusión*

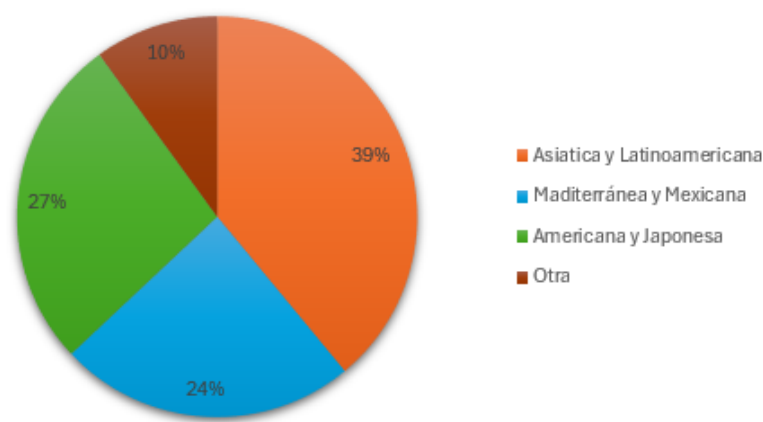


Nota: Fuente propia

Se identificó que el **37% de los encuestados está algo familiarizado con el término**, mientras que el **32% ha escuchado hablar de él, pero no conoce su significado exacto**. Solo el **17% manifestó estar muy familiarizado con este tipo de gastronomía**, mientras que el **14% indicó no conocer el concepto**.

Este resultado demuestra que, aunque existe cierto nivel de reconocimiento del término, aún es necesario implementar estrategias de comunicación y marketing que expliquen el valor diferencial de la comida fusión, resaltando la combinación de sabores internacionales con ingredientes locales.

Figura 5 *Tipo de cocina que le gustaría combinada*

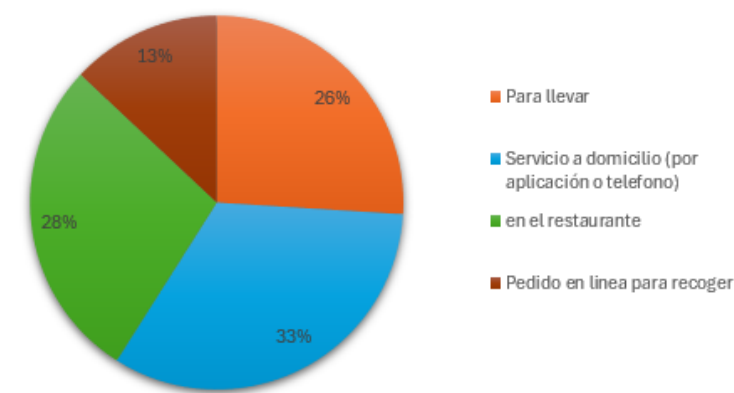


Nota: Fuente propia

los resultados muestran que la opción más atractiva para los consumidores es la **combinación de cocina asiática y latinoamericana (39%)**, seguida por **americana y japonesa (27%)**, y **mediterránea y mexicana (24%)**.

Este resultado confirma que los consumidores están abiertos a experimentar nuevas propuestas culinarias, lo cual representa una oportunidad estratégica para introducir un restaurante de comida rápida tipo fusión que combine creatividad, variedad y calidad gastronómica.

Figura 6 *Formato preferido para consumir comida rápida*

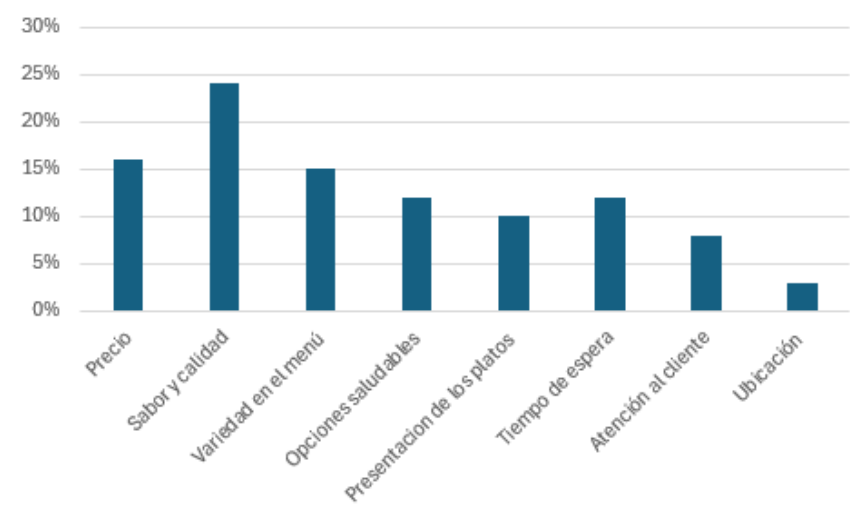


Nota: Fuente propia

El 33% de los encuestados prefiere el servicio a domicilio, seguido del 28% que prefiere consumir en el restaurante y el 26% que opta por pedidos para llevar.

Este resultado evidencia la importancia de integrar canales digitales de venta, como aplicaciones móviles y plataformas de domicilios, para ampliar el alcance del negocio y adaptarse a los hábitos de consumo actuales.

Figura 7 Factores más importantes para elegir un restaurante



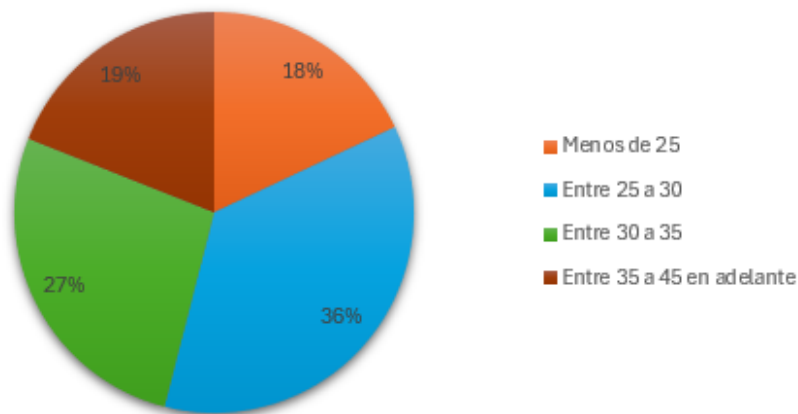
Nota: Fuente Propia

Los factores más relevantes al momento de elegir un restaurante son:

- Sabor y calidad del producto (24.4%)
- Precio (15.7%)
- Variedad del menú (15.1%)
- Opciones saludables (12%)
- Tiempo de espera (11.5%)

Estos resultados indican que los consumidores priorizan la calidad gastronómica y la relación precio–valor, por lo cual el restaurante deberá enfocarse en ofrecer productos de alta calidad, con ingredientes frescos y precios competitivos.

Figura 8 *Precio dispuesto a pagar por un plato principal*

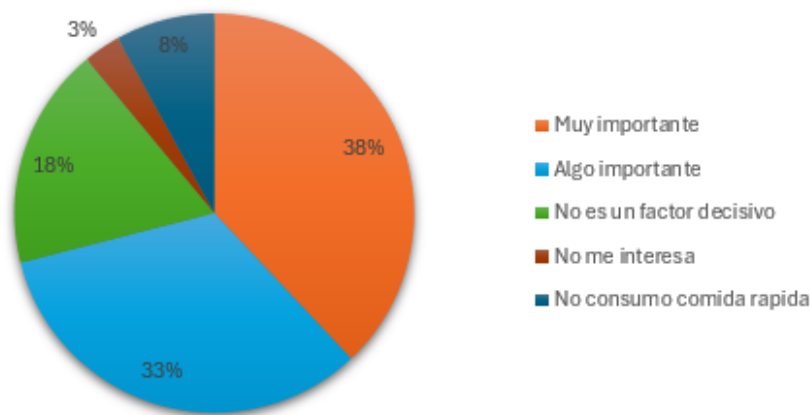


Nota: *Fuente propia*

Los resultados muestran que el rango de precio más aceptado por los consumidores se encuentra entre \$25.000 y \$30.000 (36%), seguido por el rango entre \$30.000 y \$35.000 (27%).

Este resultado permite establecer una estrategia de precios acorde con el poder adquisitivo del mercado objetivo, garantizando competitividad frente a otros restaurantes del sector.

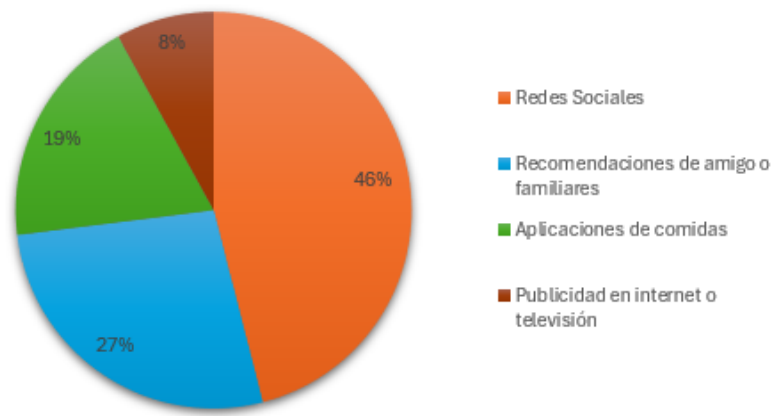
Figura 9 *Importancia de opciones saludables*



Nota: Fuente propia

Los resultados muestran que para la mayoría es muy importante contar con opciones saludables con 38%, seguido de “algo importante” con 33%. En menor proporción se encuentra “no es un factor decisivo” con 18%, seguido de “no me interesa” con 3%, y finalmente “no consumo comida rápida” con 8%. Esto refleja que una gran parte del mercado exige opciones más saludables dentro del menú.

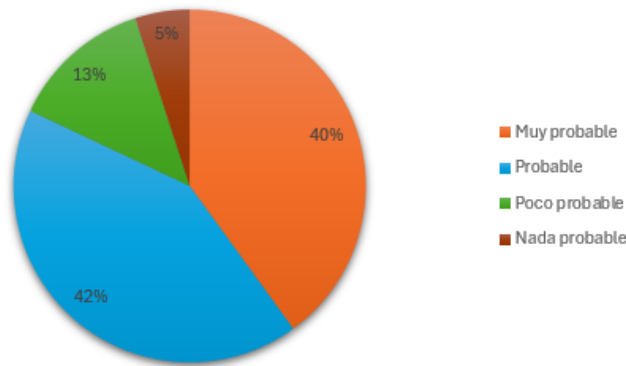
Figura 10 Medio preferido para conocer nuevos restaurantes



Nota: Fuente propia

Según los resultados, el medio más utilizado para conocer nuevos restaurantes son las redes sociales con 46%, seguido de recomendaciones de amigos o familiares con 27%, y en tercer lugar aplicaciones de comidas con 19%. La opción menos seleccionada fue publicidad en internet o televisión con 8%. Esto demuestra que el marketing digital será fundamental para posicionar el restaurante.

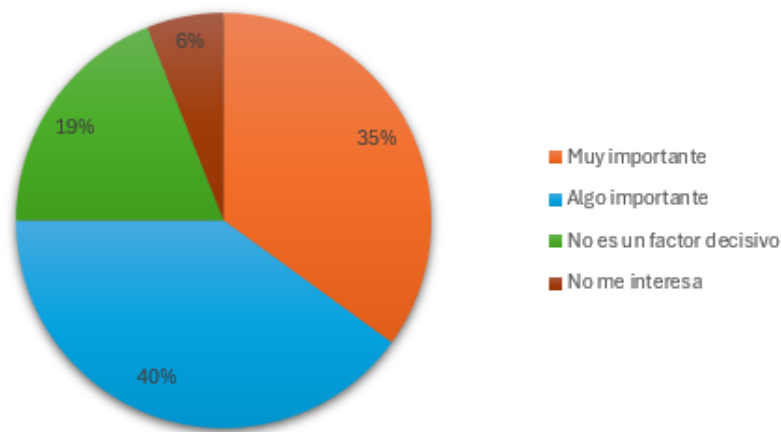
Figura 11 Probabilidad de visitar un restaurante tipo fusión



Nota: Fuente propia

De acuerdo con los datos, la mayoría respondió que sería probable visitar el restaurante con 42%, seguido de “muy probable” con 40%. En menor proporción se encuentra “poco probable” con 13%, y finalmente “nada probable” con 5%. Esto evidencia una alta aceptación del proyecto y un mercado favorable en la ciudad.

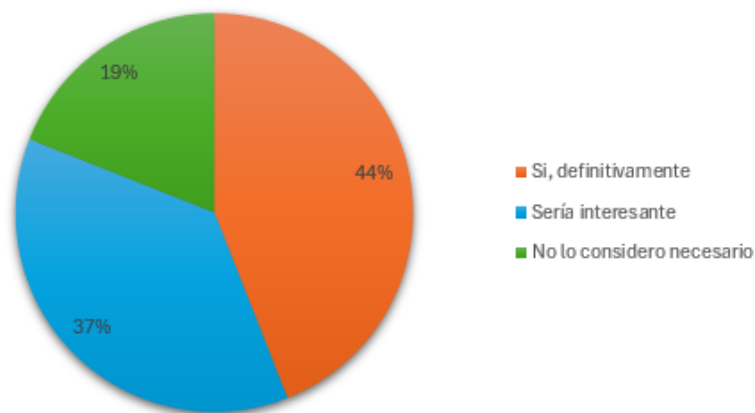
Figura 12 Importancia de la presentación de los platos



Nota: Fuente propia

Los resultados indican que la opción más destacada es “algo importante” con 40%, seguida de “muy importante” con 35%. En tercer lugar, está “no es un factor decisivo” con 19%, y finalmente “no me interesa” con 6%. Esto demuestra que la presentación es un aspecto relevante para la mayoría, lo cual implica cuidar el emplatado y la estética del producto.

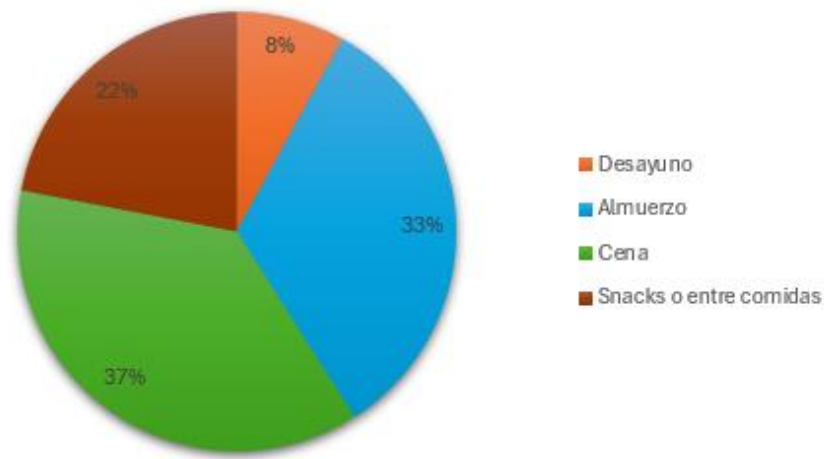
Figura 13 *Interés de una aplicación móvil con pedidos y recompensas*



Nota: Fuente propia

De acuerdo con los resultados, la mayoría indicó que sí le gustaría definitivamente una aplicación con 44%, seguido de “sería interesante” con 37%. Finalmente, el 19% manifestó que no lo considera necesario. Esto refleja que la tecnología y la fidelización digital son bien aceptadas, lo cual puede ser una ventaja competitiva para el restaurante.

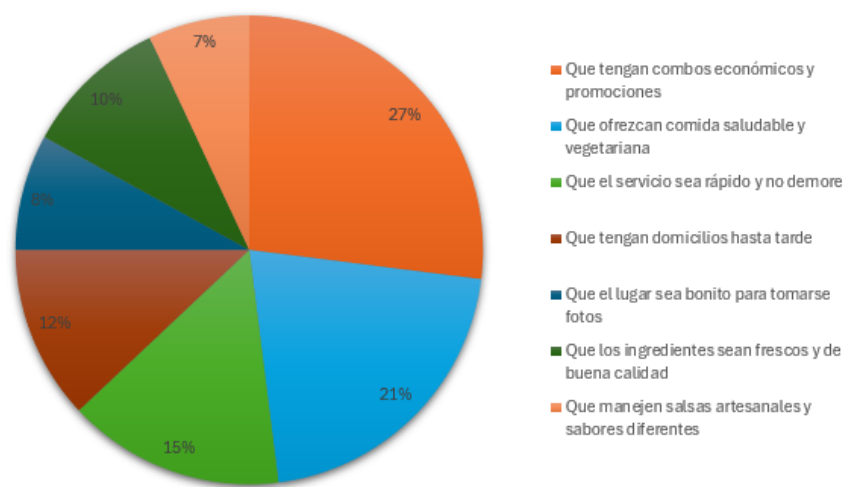
Figura 14 Horarios en los que más consumen comida rápida



Nota: Fuente Propia

Los datos muestran que el horario principal de consumo es la cena con 37%, seguido del almuerzo con 33%, y en tercer lugar snacks o entre comidas con 22%. La opción menos seleccionada fue desayuno con 8%. Esto evidencia que el restaurante debe enfocar sus ventas principalmente en horarios de tarde y noche.

Figura 15 Comentarios y sugerencias



Nota: Fuente propia

De acuerdo con los resultados, la sugerencia más frecuente fue que el restaurante tenga combos económicos y promociones con 27%, seguido de que ofrezca comida saludable y vegetariana con 21%. En tercer lugar, se destaca la necesidad de que el servicio sea rápido con 15%, seguido de contar con domicilios hasta tarde con 12%. Posteriormente, el 7% resaltó la importancia de ingredientes frescos y de calidad, mientras que el 10% sugirió que el lugar sea bonito

para tomarse fotos, y finalmente el 8% pidió que se manejen salsas artesanales y sabores diferentes. Esto demuestra que los clientes esperan precios accesibles, rapidez, innovación y buena experiencia en el restaurante.

Los resultados obtenidos evidencian que el 68% de los encuestados manifiestan una alta intención de consumo de comidas rápidas tipo fusión, lo cual permite inferir una aceptación significativa del concepto de negocio en el mercado objetivo.

Desde una perspectiva estratégica, este comportamiento reduce el nivel de incertidumbre en la etapa de introducción del producto, favoreciendo la viabilidad comercial del proyecto.

Asimismo, permite establecer una proyección de demanda inicial con un margen de confianza considerable.

En términos de segmentación, se identifica que el público joven-adulto representa el principal nicho de mercado, lo cual orienta la estrategia de marketing hacia canales digitales y promociones dirigidas a este segmento.

De acuerdo con lo planteado por Kotler y Keller (2016),

la comprensión del comportamiento del consumidor es fundamental para diseñar estrategias de mercado efectivas, lo cual se refleja en la alineación de estos resultados con la propuesta de valor del negocio.

4.2 Análisis de la demanda.

El análisis de la demanda permite determinar la cantidad de consumidores potenciales interesados en adquirir los productos ofrecidos por el restaurante de comidas rápidas tipo fusión, así como las características del mercado al que se dirige el proyecto.

El crecimiento del sector gastronómico en las ciudades intermedias de Colombia ha sido impulsado por cambios en los estilos de vida, el incremento de la población urbana y la creciente preferencia por alimentos preparados fuera del hogar. En este contexto, el consumo de comidas rápidas se ha consolidado como una alternativa práctica para personas con horarios laborales o académicos exigentes.

En el caso de la ciudad de San Juan de Pasto, la demanda potencial se encuentra conformada principalmente por:

- Estudiantes universitarios
- Jóvenes profesionales
- Trabajadores del sector comercial

- Familias que buscan alternativas de alimentación rápida

Este segmento de mercado se caracteriza por valorar aspectos como la rapidez del servicio, la calidad del producto, la variedad del menú y la posibilidad de realizar pedidos mediante plataformas digitales.

4.2.1. Identificación de las características de la demanda

Actualmente, el consumo de comidas rápidas ha aumentado significativamente debido al ritmo de vida acelerado de la población, especialmente en las zonas urbanas, donde las personas buscan alternativas prácticas, rápidas y accesibles para su alimentación diaria. A su vez, el mercado gastronómico ha evolucionado, generando un mayor interés por propuestas innovadoras que ofrezcan experiencias diferentes, combinando sabores, culturas y presentaciones atractivas.

La demanda potencial del restaurante de comidas rápidas tipo fusión presenta las siguientes características principales:

1. Demanda joven y dinámica

La mayor parte del mercado está conformado por personas jóvenes entre 18 y 35 años, quienes suelen consumir comidas rápidas con mayor frecuencia debido a su estilo de vida activo.

2. Preferencia por innovación gastronómica

Los consumidores muestran interés en experimentar nuevas combinaciones de sabores, lo cual favorece el concepto de comida fusión.

3. Importancia del servicio rápido

Debido al ritmo de vida urbano, los clientes valoran especialmente la rapidez en la atención y en la entrega del producto.

4. Uso de medios digitales

La mayoría de los consumidores descubre nuevos restaurantes a través de redes sociales, lo que evidencia la importancia del marketing digital.

4.2.2 Calculo y proyección de la demanda

Para estimar la demanda potencial del restaurante se tomó como base la población de la ciudad de Pasto, estimada en **392.930 habitantes**, según datos del DANE.

Posteriormente se determinó el mercado objetivo teniendo en cuenta el porcentaje de aceptación obtenido en la encuesta aplicada, el cual corresponde al **82,3% de los encuestados**, quienes manifestaron interés en consumir productos del restaurante.

De esta manera, el mercado potencial se estima en **102.471 personas**, las cuales representan el público objetivo del proyecto.

A partir de la frecuencia de consumo identificada en la encuesta, se procedió a estimar el número de consumos anuales, lo que permitió calcular una demanda aproximada de **7.260.571 consumos anuales**, lo cual evidencia la existencia de un mercado amplio para el desarrollo del negocio.

Para proyectar la demanda futura se utilizó una tasa de crecimiento del **1,9% anual**, correspondiente al crecimiento poblacional estimado por el DANE.

Tabla 2 Estimación de la demanda

Cientes potenciales	Aceptación del producto de acuerdo con la encuesta	100% del Mercado
124.482	82,3 %	102,471

Nota: Fuente propia

Calcula de la demanda año 1

Usamos los porcentajes de la encuesta (Pregunta 3):

A diario = 7%

Varias veces por semana = 24%

Una vez por semana = 32%

Ocasionalmente = 28%

Casi nunca = 9%

A) A diario (6,7%)

Personas:

$$102.471 \times 0.07 = 7.173$$

Si consumen a diario, consumen 365 veces/año

$$7.173 \times 365 = 2,618,145$$

B) Varias veces por semana (24%)

Personas:

$$102.471 \times 0.24 = 24,593$$

Se estima que consumen en promedio 2 veces por semana, es decir:

$$2 \times 52 = 104 \text{ veces al año}$$

Entonces:

$$24,593 \times 104 = 2,557,672$$

C) Una vez por semana (32%)

Personas:

$$102.471 \times 0.32 = 32,791$$

Consumo anual:

$$32,791 \times 52 = 1,705,080$$

D) Ocasionalmente (28%)

Personas:

$102.471 \times 0.28 = 28,692$

Consumo estimado ocasional = 12 veces al año (1 vez al mes)

$28,692 \times 12 = 344,304$

E) Casi nunca (9%)

Personas:

$102.741 \times 9\% = 9,222$

Consumo estimado = 4 veces al año

$9,222 \times 4 = 36,888$

Tabla 3 Total demanda año 1

100% del mercado	A diario (7%)	Varias veces por semana (24%)	Una vez por semana (32%)	Ocasionalmente (28%)	Casi Nunca (9%)	Total, demanda anual
102,471	2,618,145	2,566,154	1,705.080	344,304	36,888	7,260,571

Nota: Fuente propia

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta sobre la frecuencia de consumo de comidas rápidas, se puede concluir que las personas que consumen a diario (7%) generarían aproximadamente 365 consumos al año, mientras que quienes consumen varias veces por semana (24%) representarían alrededor de 104 consumos al año. Así mismo, el grupo que consume una vez por semana (32%) equivaldría a 52 consumos anuales, los que consumen de forma ocasional (28%) generarían aproximadamente 12 consumos al año, y finalmente quienes consumen casi nunca (9%) representarían cerca de 4 consumos anuales.

Debido a que el cálculo de la demanda se realiza de forma anual, se multiplica el porcentaje de personas según su frecuencia de consumo por el total del mercado estimado (102.471 personas). Posteriormente, para obtener el dato anual, se multiplica por el número de consumos aproximados al año según cada frecuencia (365, 104, 52, 12 o 4), obteniendo así la demanda total anual proyectada de 7.260.571 consumos, lo cual evidencia que existe un mercado favorable para el restaurante de comidas rápidas tipo fusión.

Proyección de la demanda

El 1,9% sale de la tasa de crecimiento poblacional anual que se toma como referencia para proyectar el aumento del mercado y, por ende, el crecimiento de la demanda.

Es decir: se asume que cada año la población (y el mercado potencial) crece aproximadamente 1,9%, por eso se usa ese porcentaje para proyectar la demanda futura.

Tabla 4 *Proyección de la demanda*

Año	Mercado
2026	7.260.571
2027	7.398.522
2028	7.539.094
2029	7.682.336
2030	7.828.301

Nota: Fuente propia

Para determinar la proyección de la demanda, se toma el índice de crecimiento poblacional el cual está estipulado en el 1.9 de acuerdo con fuente fidedigna de DANE.

4.3 Análisis de la competencia

4.3.1 Identificación de las características de la oferta

Permite identificar que existen diversos establecimientos posicionados en el mercado de comidas rápidas, los cuales representan una competencia directa e indirecta para el proyecto.

Sin embargo, se evidencia que la mayoría de estos negocios ofrecen productos tradicionales, lo cual genera una oportunidad estratégica para la introducción de una propuesta diferenciada basada en comida tipo fusión. Entre las principales debilidades de la competencia se destacan la falta de innovación en el menú y la limitada experiencia gastronómica ofrecida al cliente. En este contexto, el presente proyecto busca posicionarse mediante la diferenciación, la calidad del producto y la experiencia del cliente, generando una ventaja competitiva sostenible. Estos establecimientos suelen ubicarse principalmente en zonas comerciales, áreas cercanas a instituciones educativas, centros comerciales y sectores con alto flujo de personas. La mayoría de estos negocios compite principalmente mediante estrategias basadas en precios accesibles, promociones frecuentes y rapidez en el servicio o combinación de sabores.

Dentro de este contexto se identifican dos tipos de competencia:

Competencia

directa:

Corresponde a los restaurantes que ofrecen comidas rápidas similares a las que pretende comercializar el proyecto, tales como hamburguesas, papas fritas, perros calientes o combinaciones de estos productos.

Competencia

indirecta:

Está representada por restaurantes que ofrecen otros tipos de alimentos preparados que también satisfacen la necesidad de alimentación rápida, como pizzerías, asaderos de pollo, restaurantes de comida casual y establecimientos de comida tradicional.

El análisis de la oferta permite concluir que, aunque el mercado de comidas rápidas en la ciudad de Pasto presenta una presencia significativa de establecimientos, existe una limitada oferta de propuestas gastronómicas basadas en el concepto de **comida fusión**, entendida como la combinación de elementos culinarios de diferentes culturas gastronómicas.

Por lo tanto, el restaurante de comidas rápidas tipo fusión propuesto en este plan de negocios busca diferenciarse dentro del mercado mediante una propuesta innovadora que combine ingredientes, técnicas y sabores de diversas cocinas internacionales, ofreciendo a los consumidores una experiencia gastronómica diferente a la ofrecida actualmente por la mayoría de los establecimientos del sector.

Este enfoque de diferenciación permitirá generar un posicionamiento competitivo dentro del mercado local, atrayendo especialmente a consumidores jóvenes interesados en nuevas experiencias culinarias.

Tabla 5 *Competidores*

Competidor / Marca	Ubicación	Segmento al que está dirigido	Características del producto / oferta gastronómica
El Corral	Centro Comercial Unicentro Pasto	Jóvenes, adultos y familias de estratos 3, 4 y 5	Hamburguesas premium, menú estandarizado, enfoque en calidad y experiencia de marca
La Merced	Centro Comercial Unicentro Pasto	Público general, principalmente jóvenes y familias	Comida rápida tradicional, servicio rápido, combos económicos, alta recordación de marca
El establo	Centro Comercial Unicentro Pasto	Familias, jóvenes y trabajadores	Pollo frito, combos familiares, enfoque en rapidez y consumo masivo
Capitan Nirvana	Zona comercial de Pasto	Familias y público general	Pollo apanado, combos familiares, reconocimiento nacional, servicio rápido
Frida Restaurante	Centro Comercial Unicentro Pasto	Jóvenes y adultos consumidores de hamburguesas	Hamburguesas tradicionales, porciones grandes, promociones frecuentes
Restaurantes locales de hamburguesas artesanales	Diferentes sectores de Pasto	Jóvenes y adultos de estratos 2, 3 y 4	Hamburguesas artesanales, variedad de ingredientes, algunas propuestas innovadoras, pero no tipo fusión
Pizzerías tradicionales (Domino's / locales)	Zona urbana de Pasto	Familias y jóvenes	Pizzas tradicionales, combos para compartir, consumo nocturno

Asaderos y comidas rápidas locales	Barrios y zonas comerciales	Público general de estratos 1, 2 y 3	Precios económicos, comida rápida tradicional (salchipapas, perros calientes, broaster), baja innovación
---	-----------------------------	--------------------------------------	--

Nota: Fuente propia

4.3.2 Cálculo y proyección de la oferta

Tiene como objetivo estimar la cantidad de productos que actualmente son ofrecidos por los establecimientos dedicados a la venta de comidas rápidas en la ciudad de San Juan de Pasto. Este análisis permite determinar la capacidad productiva existente dentro del sector y establecer una comparación con la demanda identificada en el estudio de mercado.

Para el desarrollo de este análisis se realizó un trabajo de campo basado en la recolección de información de diferentes establecimientos representativos del sector de comidas rápidas. La información fue obtenida mediante entrevistas realizadas a propietarios o administradores de estos negocios, quienes proporcionaron datos aproximados sobre el volumen promedio de productos vendidos mensualmente.

La pregunta utilizada para la recolección de esta información fue la siguiente:

¿Cuántos productos vende mensualmente en promedio de los siguientes tipos de comida rápida?

Tabla 6 *Calculo de la oferta*

Establecimie nto	Hamburguesas (unid/mes)	Prom.	Perros calientes (unid/mes)	Prom.	Salchipapa s (unid/mes)	Prom.	Pollo broaster (unid/mes)	Prom.
1	600 a 800	700	450 a 550	500	400 a 600	500	350 a 450	400
2	700 a 900	800	500 a 650	575	500 a 700	600	400 a 550	475
3	500 a 650	575	350 a 500	425	350 a 550	450	300 a 450	375
4	650 a 850	750	450 a 600	525	450 a 650	550	350 a 500	425
5	550 a 750	650	400 a 550	475	400 a 600	500	300 a 45	375
Total, promedio		3,475		2,500		2,600		2,050

Nota: Fuente propia

Teniendo en cuenta la información anterior, se calcula el número de unidades mensuales para determinar la cantidad anual así:

Total, unidades mensuales y anuales

Total, mensual ofertado:

$$3.475 + 2.500 + 2.600 + 2.050 = 10.625 \text{ unidades/mes}$$

Oferta anual:

$$10.625 \times 12 = 127.500 \text{ unidades/año}$$

Tabla 7 *Proyección de la oferta*

Año	Oferta unidades
2026	127.500
2027	129.923
2028	132.392
2029	134.908
2030	137.471

Nota: Fuente propia

Para determinar la proyección de la oferta, se toma el crecimiento poblacional, el cual se encuentra determinado para el año 2026 en, 1.9%, dato tomado del DANE.

4.4 Determinación del mercado insatisfecho.

La determinación del mercado insatisfecho permite identificar la parte de la demanda que actualmente no está siendo cubierta por la oferta existente en el mercado de comidas rápidas en la ciudad de San Juan de Pasto. Este análisis es fundamental para establecer la

viabilidad del proyecto, ya que permite determinar si existe un espacio real para la entrada de un nuevo negocio dentro del sector gastronómico.

De acuerdo con los resultados obtenidos en el estudio de mercado, se estimó una demanda potencial significativa de consumidores interesados en adquirir productos de comidas rápidas en la ciudad de Pasto. Sin embargo, al comparar esta demanda con la oferta actual identificada en el análisis de la competencia, se evidencia que una parte del mercado no está siendo atendida completamente por los establecimientos existentes.

Esta situación se debe principalmente a que la mayoría de los restaurantes de comidas rápidas ofrece productos tradicionales con poca innovación en cuanto a sabores, ingredientes o combinaciones gastronómicas. En este contexto, el proyecto de creación de un restaurante de comidas rápidas tipo fusión busca satisfacer una parte de esta demanda mediante una propuesta gastronómica innovadora que combine elementos culinarios de diferentes culturas.

Con base en el análisis realizado, se determinó que el proyecto buscará captar aproximadamente **el 1,5% del mercado insatisfecho durante su etapa inicial de operación.**

La elección de este porcentaje se justifica considerando varios factores:

1. Capacidad instalada del negocio

El restaurante contará inicialmente con una infraestructura y recursos operativos limitados propios de un emprendimiento en etapa de inicio. La capacidad instalada estimada permitirá atender aproximadamente entre **80 y 100 pedidos diarios**, dependiendo de la demanda y del flujo de clientes.

Si se considera un promedio de **90 pedidos diarios**, el negocio tendría una capacidad aproximada de:

- 90 pedidos diarios

- 2.700 pedidos mensuales
- 32.400 pedidos anuales

Esta capacidad de producción resulta coherente con la proyección de captación del **1,5% del mercado**, ya que permite garantizar que el negocio pueda atender la demanda proyectada sin generar problemas operativos o de servicio.

2. Estrategia de penetración de mercado

Al tratarse de un nuevo negocio dentro del sector gastronómico, es recomendable establecer una participación de mercado inicial moderada que permita consolidar la marca, posicionar el restaurante y generar reconocimiento entre los consumidores.

La captación del **1,5% del mercado insatisfecho** representa una meta realista para los primeros años de operación, permitiendo al negocio crecer de forma gradual mientras fortalece su presencia en el mercado local.

3. Condiciones del mercado

El sector de comidas rápidas en la ciudad de Pasto presenta un nivel importante de competencia, por lo que la participación inicial del proyecto debe plantearse de manera prudente y basada en la capacidad real del establecimiento.

A medida que el restaurante logre posicionarse en el mercado, mejorar sus estrategias de marketing y ampliar su capacidad operativa, será posible aumentar progresivamente su participación dentro del mercado.

En conclusión, el porcentaje del **1,5% del mercado insatisfecho** se considera una proyección realista y viable para la etapa inicial del proyecto, ya que se encuentra alineado con la capacidad instalada del negocio, las condiciones del mercado y las estrategias de crecimiento gradual planteadas dentro del plan de negocios

Tabla 8 *Mercado insatisfecho*

Año	Demanda	Oferta	Mercado insatisfecho	1.5%
2026	7.260.571	127.500	7.133.071	106.996
2027	7.398.522	129.923	7.268.599	109.029
2028	7.539.094	132.392	7.406.702	111.101
2029	7.682.336	134.908	7.547.428	113.211
2030	7.828.301	137.471	7.690.830	115.362

Nota: Fuente propia

4.5 Estrategias de mercado

Producto

El restaurante de comidas rápidas tipo fusión buscará ingresar al mercado de San Juan de Pasto con una propuesta innovadora basada en la combinación de sabores y técnicas gastronómicas de diferentes culturas, manteniendo la rapidez característica de este tipo de servicio. Con el fin de llegar de manera efectiva al mercado objetivo, se ofrecerá un menú variado que incluya productos como hamburguesas fusión, papas especiales, y acompañamientos diferenciadores, incorporando ingredientes frescos, salsas artesanales y combinaciones atractivas que permitan al cliente experimentar sabores nuevos.

El valor agregado del restaurante será fácilmente perceptible, debido a que se enfocará en ofrecer una experiencia gastronómica moderna, con presentaciones llamativas, opciones personalizadas y alternativas saludables, incluyendo productos vegetarianos y combinaciones más ligeras, respondiendo a las tendencias actuales de consumo. Además, el restaurante contará con estrategias como combos económicos, promociones especiales y

servicio a domicilio eficiente, lo cual permitirá fortalecer la competitividad y generar fidelización en los consumidores.

Marca

Figura 16 *Marca de producto*



Nota: Fuente propia

Logotipo

El nombre del restaurante “Fusión Bite” proviene del concepto principal del negocio, el cual se basa en la combinación de diferentes estilos gastronómicos en un solo producto. La palabra “Fusión” representa la mezcla de sabores, ingredientes y culturas culinarias, ofreciendo una propuesta innovadora dentro del mercado de comidas rápidas. Por su parte, el término “Bite” significa “Sabor sin límites”, haciendo referencia a la rapidez y practicidad característica de este tipo de alimentación. De esta manera, el logotipo busca transmitir una identidad moderna, dinámica y atractiva, asociada a una experiencia gastronómica diferente, rápida y de alta calidad, orientada a satisfacer los gustos del público juvenil y adulto en San Juan de Pasto.

Figura 17 *Logo tipo de la marca*

Nota: Fuente Propia

Isotipo

La parte simb3lica de la marca representa la esencia de Fusi3n Bite, mediante la combinaci3n visual de una hamburguesa, papas fritas y pizza, alimentos representativos de la comida r3pida. Estos elementos reflejan variedad, sabor y la propuesta de fusi3n gastron3mica que ofrece el restaurante. Adem3s, el dise1o circular transmite unidad e identidad, mientras que los colores c3lidos buscan generar apetito y atraer la atenci3n del consumidor, fortaleciendo el posicionamiento de la marca en el mercado.

Figura 18 *Simbolog3a para la marca*



Nota: Fuente propia

Tipografía de la marca

En cuanto a la tipografía, para el nombre de la marca “Fusión Bite” se utiliza un tipo de letra gruesa y llamativa, con estilo moderno y dinámico, la cual permite transmitir fuerza visual, creatividad e identidad gastronómica. Esta elección tipográfica busca generar recordación en el consumidor, facilitando que el nombre sea fácilmente reconocido en publicidad, redes sociales y material corporativo. Por otra parte, la tipografía utilizada en el slogan “Sabor sin límites” presenta un estilo más sencillo y legible, con el fin de transmitir claridad y reforzar el mensaje de innovación y variedad que caracteriza al restaurante, logrando un equilibrio entre impacto visual y elegancia en la presentación de la marca.

Figura 19 *Tipografía para la marca*



Nota: Fuente propia

Gama cromática o cromatismo de la marca

La gama cromática de la marca Fusión Bite se caracteriza principalmente por el uso de colores cálidos y contrastantes, los cuales buscan generar impacto visual y estimular el apetito del consumidor. El color negro representa elegancia, credibilidad y sofisticación, aportando seriedad y fuerza a la identidad corporativa. Por su parte, el color blanco simboliza limpieza, orden y pureza, transmitiendo confianza y calidad en el servicio. Así mismo, se integran tonalidades como el amarillo, naranja y rojo, las cuales se asocian con energía, dinamismo y apetito, permitiendo que la marca sea más llamativa y atractiva para el público objetivo.

Figura 20 *Gama cromática colores de la marca*



Nota: Fuente propia

Slogan

El slogan de la marca “Sabor sin límites” cumple una función fundamental en el posicionamiento del restaurante, ya que permite generar recordación en los consumidores y transmitir el concepto principal del negocio. Esta frase hace referencia a la variedad de combinaciones gastronómicas que ofrece Fusión Bite, destacando la innovación, creatividad y mezcla de sabores característicos de la comida rápida tipo fusión. De esta manera, el slogan busca atraer al público objetivo al comunicar que el restaurante brinda una experiencia diferente, moderna y con propuestas únicas que se diferencian de la comida rápida tradicional.

Figura 21 *Slogan de la marca*



Nota: Fuente propia

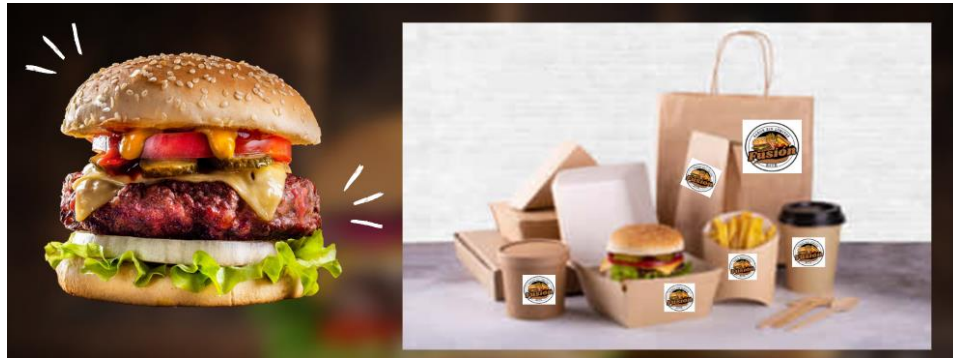
- **Etiqueta**

Con el fin de garantizar productos con los respectivos estándares de calidad hacia nuestros clientes, la etiqueta de los productos de comidas rápidas tipo fusión detallará la siguiente información:

- Nombre y marca del producto.
- Ingredientes principales utilizados en la preparación (proteína, vegetales y salsas).
- Fecha de elaboración y consumo recomendado.
- Información de alérgenos (lácteos, gluten, picante, entre otros).
- Contenido neto del producto.
- Datos de contacto del establecimiento y redes sociales.

- **Empaque**

Los productos serán entregados en empaques resistentes y prácticos, diseñados para conservar la temperatura, frescura y presentación de las comidas rápidas tipo fusión. Se utilizarán cajas de cartón Kraft, recipientes térmicos y bolsas fondo cuadrado que permiten una mejor estabilidad y comodidad en el transporte. Además, el empaque será elaborado con material biodegradable, contribuyendo al cuidado del medio ambiente y fortaleciendo la imagen responsable del negocio.

Figura 22 *Empaque del producto*

Nota: Fuente Propia

Precio

El precio de los productos ofrecidos por el restaurante Fusión Bite se establecerá teniendo en cuenta el análisis de la competencia directa en el mercado de comidas rápidas en San Juan de Pasto, la capacidad adquisitiva del consumidor, el nivel de demanda identificado en la encuesta y los costos de producción asociados a materias primas, mano de obra y gastos operativos. En el mercado local, los precios de comidas rápidas tradicionales como hamburguesas, salchipapas y combos oscilan generalmente entre \$10.000 y \$25.000, dependiendo del tamaño, calidad de ingredientes y ubicación del establecimiento.

Sin embargo, debido a que el restaurante se caracteriza por ofrecer una propuesta tipo fusión, con ingredientes diferenciadores, salsas artesanales y presentaciones innovadoras, se establecerán precios competitivos que reflejen calidad y valor agregado, sin perder accesibilidad para el público objetivo.

Estrategia de precios

Para determinar los precios de venta, Fusión Bite aplicará una estrategia basada en la penetración de mercado, ofreciendo precios competitivos en comparación con restaurantes tradicionales, con el objetivo de atraer consumidores, posicionar la marca rápidamente y

generar fidelización. Adicionalmente, se implementarán combos económicos, promociones por temporadas y descuentos en fechas especiales, permitiendo aumentar el volumen de ventas y mejorar la rotación del producto.

Así mismo, teniendo en cuenta la importancia de las ventas digitales, se mantendrá un monitoreo constante de los precios del mercado y de aplicaciones de domicilios, con el fin de conservar una ventaja competitiva y adaptarse a las necesidades del consumidor.

Tabla 9 *Precios estimados del menú*

Precio basado en costos

Producto	Costo de producción	Margen de ganancia (60%)	Precio de venta
Hamburguesa fusión	\$9.000	\$5.400	\$14.400
Combo hamburgués + papas + bebida	\$13.000	\$7.800	\$20.800
Papas especiales	\$6.000	\$3.600	\$9.600
Wrap fusión	\$8.000	\$4.800	\$12.800

Precio basado en la competencia

Producto	Precio mínimo del mercado	Precio promedio	Precio máximo
Hamburguesa	\$12.000	\$15.000	\$18.000
Combo hamburgués	\$18.000	\$23.000	\$28.000
Papas especiales	\$8.000	\$10.000	\$13.000

Wrap	\$10.000	\$13.000	\$16.000
------	----------	----------	----------

Nota: Fuente propia

Plaza

Para la comercialización de los productos, Fusión Bite contará con un punto físico estratégico ubicado en una zona céntrica y comercial de San Juan de Pasto, con alta afluencia de personas, cercanía a instituciones educativas, zonas empresariales y sectores con movimiento constante de transporte. La ubicación será un factor determinante para captar clientes que consumen comida rápida en horarios de almuerzo, cena y fines de semana.

De igual manera, se aplicará una estrategia de distribución directa, garantizando un servicio eficiente tanto para clientes presenciales como para pedidos para llevar. Adicionalmente, se fortalecerá la cobertura del negocio mediante el servicio a domicilio, a través de alianzas con plataformas digitales y domicilios propios, permitiendo llegar a diferentes sectores de la ciudad y aumentar el volumen de ventas.

Publicidad

En cuanto a estrategias de comunicación, se implementarán acciones enfocadas en publicidad digital, promoción de ventas, marketing de contenidos y relaciones públicas, con el propósito de dar a conocer el restaurante y posicionar la marca en el mercado local. La estrategia se centrará en redes sociales, debido a que la encuesta aplicada reflejó que los consumidores prefieren conocer nuevos restaurantes por este medio.

Así mismo, se utilizarán herramientas visuales atractivas como fotografías profesionales, videos cortos y promociones especiales, con el fin de captar la atención del público objetivo y generar recordación de marca.

Tabla 10 *Estrategia, medio y utilización en cuanto a la publicidad*

Estrategia	Medio	Utilización
Publicidad digital	Redes sociales (Instagram, TikTok, Facebook)	Se publicarán videos y fotografías llamativas de los productos tipo fusión, promociones, combos y experiencias de clientes, buscando aumentar seguidores y atraer consumidores.
Publicidad digital	Página web	Se habilitará una página web atractiva que incluya menú, precios, ubicación, contacto y pedidos en línea, facilitando la comunicación con el cliente.
Publicidad digital	Aplicaciones de domicilios	Se implementará presencia en plataformas como Rappi o similares, fortaleciendo el canal de ventas y mejorando la cobertura de entrega.
Marketing de influencia	Influencers locales	Se realizarán alianzas con creadores de contenido gastronómico de Pasto para promocionar el restaurante mediante reseñas y videos.

Promoción	Descuentos y combos	Se implementarán combos económicos, promociones de apertura, descuentos por fechas especiales y ofertas tipo “2x1” para atraer consumidores.
Publicidad tradicional	Volantes y material impreso	Se entregarán volantes en zonas estratégicas como universidades, centros comerciales y parques principales.
Relaciones públicas	Eventos y degustaciones	Se realizarán degustaciones gratuitas en fechas especiales para generar recordación, atraer clientes y promover la experiencia fusión.

Nota: Fuente propia

Estrategia de publicidad mediante página web

Fusión Bite se enfocará en fortalecer su cobertura digital mediante el uso de una página web moderna, atractiva y dinámica, que permita mostrar el menú, precios, promociones y productos destacados. La página incluirá fotografías de alta calidad y contenido audiovisual que refleje la identidad del restaurante y el concepto de comida rápida tipo fusión. Además, contará con información clara como dirección, horarios, número de contacto, redes sociales y un canal para recibir sugerencias, comentarios y quejas, con el fin de mejorar continuamente el servicio y fortalecer la relación con los clientes.

Promoción

Para el restaurante Fusión Bite, la promoción será una estrategia fundamental para incentivar la compra, atraer clientes nuevos y fidelizar consumidores frecuentes. En este sentido, se implementarán promociones como descuentos por compras en combos, ofertas especiales en días de baja afluencia, cupones digitales, bonos de fidelización y estrategias de acumulación de puntos para compras futuras. De igual manera, se aplicarán descuentos especiales en fechas importantes como cumpleaños del cliente, festividades y temporadas de alta demanda.

Adicionalmente, con el fin de fortalecer la variable plaza y generar recordación de marca, se utilizarán estrategias de Merchandising dentro del punto físico, como decoración llamativa, señalización atractiva del menú, exhibición de productos destacados y presentación visual innovadora que motive al consumidor a comprar. Así mismo, se contará con personal capacitado para atención al cliente y promoción directa, garantizando una experiencia agradable, rápida y eficiente, alineada con los valores de la marca.

Tabla 11 *Estrategia, medio y utilización en cuanto a promoción, venta personal y relaciones públicas*

Estrategia		Medio	Utilización
-Promoción de ventas	de	-Descuentos y combos	-Se implementarán descuentos del 10% en combos especiales, promociones “2x1” en días
-Promoción de ventas	de	-Tarjeta de fidelización	-Se implementará un sistema de acumulación de puntos por compras, donde el cliente podrá redimir descuentos o productos gratuitos al completar cierto número de consumos.

-Promoción de ventas	-Bonos y cupones digitales	-Se ofrecerán bonos de descuento para compras futuras mediante redes sociales y WhatsApp Business, con el fin de aumentar la recompra y fidelización.
-Venta personal	-Atención personalizada en el punto físico	-El personal del restaurante brindará asesoría al cliente sobre el menú fusión, explicando ingredientes, combinaciones y productos recomendados, facilitando la decisión de compra.
-Venta personal	-Promotores de marca	-Se contará con promotores en horarios estratégicos para ofrecer degustaciones, entregar publicidad y atraer consumidores al punto de venta.
-Relaciones públicas	-Alianzas estratégicas	-Se buscarán convenios con universidades, gimnasios y empresas locales para ofrecer descuentos especiales y fortalecer el reconocimiento de la marca
-Relaciones públicas	-Participación en ferias y eventos	-Se gestionará presencia en ferias gastronómicas, eventos juveniles y ferias de emprendimiento, con el fin de aumentar la visibilidad y posicionamiento del restaurante

Nota: Fuente propia

4.6 Presupuesto de la mezcla de mercadeo

El presupuesto de mercadeo corresponde al conjunto de recursos económicos que el restaurante destinará para el desarrollo de estrategias de promoción, publicidad y

posicionamiento de la marca dentro del mercado gastronómico de la ciudad de San Juan de Pasto.

La implementación de estas estrategias tiene como objetivo principal dar a conocer el restaurante de comidas rápidas tipo fusión, atraer nuevos clientes y fortalecer el posicionamiento del negocio dentro del sector de comidas rápidas.

El presupuesto de mercadeo se enfoca principalmente en herramientas de promoción digital y publicidad local, considerando que el público objetivo del proyecto está compuesto principalmente por jóvenes y adultos jóvenes que utilizan con frecuencia redes sociales y plataformas digitales para conocer nuevas propuestas gastronómicas.

Entre las estrategias de promoción que se implementarán se encuentran:

- Publicidad en redes sociales.
- Creación de contenido digital para promoción del restaurante.
- Diseño de material publicitario.
- Promociones de lanzamiento.
- Alianzas con plataformas de domicilios.

Estas acciones permitirán aumentar la visibilidad del restaurante y facilitar el acceso de los consumidores a los productos ofrecidos.

Tabla 12 *Presupuesto de la mezcla de mercadeo anual*

Estrategia de marketing	Descripción	Costo mensual	Costo anual
Publicidad en redes sociales	Promoción pagada en Facebook e Instagram	\$200.000	\$2.400.000

Diseño de contenido digital	Fotografías, videos y piezas gráficas	\$150.000	\$1.800.000
Material publicitario	Volantes, afiches y menús impresos	\$80.000	\$960.000
Promociones y descuentos	Ofertas de lanzamiento y fidelización	\$120.000	\$1.440.000
Plataformas de domicilios	Comisiones y promoción en apps	\$150.000	\$1.800.000

Nota: Fuente propia.

De acuerdo con el presupuesto establecido, se evidencia que la inversión anual en la mezcla de mercadeo asciende a \$8.400.000, lo cual representa un valor razonable para garantizar el posicionamiento del restaurante en su primer año de operación.

El presupuesto de mercadeo estimado permitirá desarrollar estrategias de promoción enfocadas principalmente en medios digitales, los cuales representan actualmente uno de los canales más efectivos para la difusión de negocios gastronómicos.

La inversión en publicidad en redes sociales permitirá alcanzar un mayor número de clientes potenciales dentro del mercado objetivo, mientras que el uso de material publicitario y promociones contribuirá a fortalecer el reconocimiento de la marca durante la etapa inicial del negocio.

Asimismo, la participación en plataformas de domicilios facilitará el acceso de los clientes a los productos del restaurante, ampliando el alcance comercial y aumentando las oportunidades de venta.

En conclusión, el presupuesto de mercadeo propuesto se considera adecuado para la etapa inicial del proyecto, ya que permite desarrollar estrategias de promoción efectivas sin comprometer la sostenibilidad financiera del negocio.

5. Plan de operaciones.

5.1 Ficha técnica de productos y/o servicios

La ficha técnica del producto constituye una herramienta fundamental dentro del proceso operativo del restaurante, ya que permite establecer de manera detallada los elementos necesarios para la preparación de cada uno de los alimentos que se ofrecerán en el establecimiento. A través de este instrumento se especifican los ingredientes requeridos, las cantidades utilizadas, el procedimiento de preparación, el tiempo estimado de elaboración y la presentación final del producto.

La elaboración de fichas técnicas permite estandarizar los procesos de producción dentro del restaurante, garantizando que los productos mantengan las mismas características de sabor, calidad y presentación, independientemente de la persona encargada de su preparación. De igual manera, facilita el control del uso de las materias primas y contribuye a una adecuada gestión de los recursos dentro del negocio.

En el caso del restaurante de comidas rápidas tipo fusión propuesto en este plan de negocios, las fichas técnicas representan una herramienta clave para asegurar la eficiencia del proceso productivo y mantener la consistencia en la calidad de los productos ofrecidos a los clientes. Además, permiten establecer con mayor precisión el costo de producción de cada alimento, lo cual es fundamental para la determinación de los precios de venta y la rentabilidad del negocio.

A continuación, se presentan las fichas técnicas correspondientes a los principales productos que harán parte del menú del restaurante, en las cuales se detallan los ingredientes, cantidades, procedimiento de preparación y demás características necesarias para su adecuada elaboración.

Cada proceso operativo ha sido diseñado considerando tiempos estándar de producción, garantizando eficiencia y calidad en el servicio. Por ejemplo, el tiempo promedio de preparación por pedido se estima entre 8 y 12 minutos.

Tabla 13 *Ficha técnica Hamburguesa Fusión Clásica*

Especificaciones	Descripción
Nombre del producto	Hamburguesa Fusión Clásica
Descripción del producto	Hamburguesa artesanal tipo fusión, preparada con carne de res a la parrilla, vegetales frescos, queso y salsa especial, acompañada de pan brioche.
Funcionalidad	Producto principal del menú, destinado al consumo rápido, ideal para almuerzo o cena.
Características	Producto fresco, elaborado al momento, con ingredientes naturales, combinación de sabores tradicionales y gourmet, alta calidad, preparación rápida.
Materiales y proceso de construcción	Pan brioche, carne de res, queso, vegetales frescos, salsas artesanales. Preparación mediante parrilla y ensamblaje manual.

Tamaño y dimensiones	 Peso total aproximado: 380 g. Carne: 150 g. Pan: 90 g. Vegetales y salsas: 80 g. Queso: 60 g. Diámetro: 12 cm. Altura: 8 a 10 cm.
Peso	380 g (aprox.)
Color y acabado	Presentación dorada del pan, carne sellada, ingredientes frescos visibles
Durabilidad y potencia	Consumo inmediato. Producto recomendado para consumo máximo en 30 minutos después de servido
Fecha de lanzamiento	Por definir
Entrega y logística	Empaque sellado
Servicio al cliente	Si
Capacitación y soporte	Conservación adecuada: mantener caliente y consumir de inmediato. Producto no apto para refrigeración prolongada.

Nota. Fuente propia

Tabla 14 *Ficha técnica Hamburguesa Fusión Especial (Doble carne)*

Especificaciones	Descripción
------------------	-------------

Nombre del producto	Hamburguesa Fusión Especial (Doble carne)
Descripción del producto	Hamburguesa premium tipo fusión con doble carne, doble queso, vegetales frescos y salsas especiales en pan brioche.
Funcionalidad	Producto de mayor tamaño dirigido a consumidores con alta demanda alimenticia
Características	Alta porción, sabor intenso, ingredientes frescos, preparación rápida, experiencia gourmet.
Materiales y proceso de construcción	Pan brioche, doble carne de res, doble queso, vegetales, salsas artesanales. Cocción a la parrilla y ensamblaje manual.
Tamaño y dimensiones	 Peso total aproximado: 520 g. Carne: 300 g. Pan: 100 g. Vegetales y salsas: 90 g. Queso: 80 g. Diámetro: 13 cm. Altura: 10 a 12 cm
Peso	520g(aprox)
Color y acabado	Presentación dorada, ingredientes visibles, textura jugosa.
Durabilidad y potencia	Consumo inmediato. Recomendado consumir máximo en 30 minutos

Fecha de lanzamiento	Por definir
Entrega y logística	Empaque en la caja rígida biodegradable tamaño grande.
Servicio al cliente	Si
Capacitación y soporte	Producto de consumo inmediato. No recomendado para almacenamiento prolongado

Nota. Fuente propia

Tabla 15 *Ficha técnica Wrap Fusión (Pollo o Res)*

Especificaciones	Descripción
Nombre del producto	Wrap Fusión (Pollo o Res)
Descripción del producto	Wrap elaborado con tortilla de trigo, proteína (pollo o res), vegetales frescos y salsa especial tipo fusión.
Funcionalidad	Producto alternativo, ideal para clientes que prefieren comidas prácticas y ligeras.
Características	Fácil de consumir, combinación de sabores internacionales, ingredientes frescos, preparación rápida
Materiales y proceso de construcción	Tortilla de trigo, proteína cocida, vegetales, salsa artesanal. Armado y sellado en plancha.
Tamaño y dimensiones	

	 Peso total aproximado: 320 g. Proteína: 120 g. Tortilla: 80 g. Vegetales: 70 g. Salsa: 50 g. Longitud: 18 cm. Diámetro enrollado: 6 cm
Peso	320 g (aprox.)
Color y acabado	Tortilla tostada ligeramente, relleno visible.
Durabilidad y potencia	Consumo inmediato. Recomendado máximo en 25 minutos.
Fecha de lanzamiento	Por definir
Entrega y logística	Empaque en papel encerado ecológico y bolsa kraft.
Servicio al cliente	Si
Capacitación y soporte	Mantener caliente. Producto apto para llevar

Nota: Fuente propia

Tabla 16 *Ficha técnica Papas Fusión (Porción Personal)*

Especificaciones	Descripción
Nombre del producto	Papas Fusión (Personal)
Descripción del producto	Papas fritas crocantes acompañadas con salsa artesanal fusión.
Funcionalidad	Producto complementario, ideal como acompañamiento.
Características	Textura crocante, sabor tradicional con toque innovador, acompañamiento con salsa especial.
Materiales y proceso de construcción	Papa fresca, aceite vegetal, sal, condimentos, salsa artesanal. Preparación en freidora.
Tamaño y dimensiones	 Peso neto aproximado: 180 g. Presentación: cono o caja pequeña. Dimensiones empaque: 12 cm x 8 cm. Salsa incluida: 30 g.
Peso	180 g (aprox.)
Color y acabado	Doradas y crocantes.
Durabilidad y potencia	Consumo inmediato. Recomendado máximo en 20 minutos
Fecha de lanzamiento	Por definir

Entrega y logística	Empaque de cartón biodegradable.
Servicio al cliente	Si
Capacitación y soporte	Mantener caliente, no recomendado refrigerar.

Nota: Fuente propia

Tabla 17 Ficha técnica Papas Fusión (Porción Familiar)

Especificaciones	Descripción
Nombre del producto	Papas Fusión (Familiar)
Descripción del producto	Porción grande de papas fritas crocantes acompañados de dos salsas artesanales.
Funcionalidad	Producto ideal para compartir entre 2 a 3 personas.
Características	Mayor porción, acompañamiento con salsas variadas, ideal para combos familiares.
Materiales y proceso de construcción	Papa fresca, aceite vegetal, condimentos, salsas artesanales. Preparación en freidora.

Tamaño y dimensiones	 Peso neto aproximado: 350 g. Presentación: bandeja grande. Dimensiones empaque: 18 cm x 12 cm. Salsas incluidas: 60 g en total.
Peso	350 g (aprox.)
Color y acabado	Papas doradas, textura crocante.
Durabilidad y potencia	Consumo inmediato. Recomendado máximo en 20 minutos.
Fecha de lanzamiento	Por definir
Entrega y logística	Empaque de cartón resistente biodegradable.
Servicio al cliente	Si
Capacitación y soporte	Consumir caliente para conservar textura.

Nota: Fuente propia

Tabla 18 *Ficha técnica Bebida Natural Fusión (Limonada / Té frío)*

Especificaciones	Descripción
Nombre del producto	Bebida Natural Fusión

Descripción del producto	Bebida natural refrescante elaborada con frutas, hierbas y mezclas especiales tipo fusión.
Funcionalidad	Producto complementario destinado para acompañar el menú principal.
Características	Bebida fresca, natural, sin conservantes artificiales, sabor innovador.
Materiales y proceso de construcción	Agua, frutas naturales, azúcar o endulzante, hielo. Preparación y mezcla en el momento.
Tamaño y dimensiones	 Contenido: 16 oz (473 ml). Altura del vaso: 14 cm. Diámetro: 9 cm.
Peso	473 ml (aprox.)
Color y acabado	Color natural según fruta utilizada, presentación con hielo y decoración.
Durabilidad y potencia	Consumo inmediato. Mantener refrigerado.
Fecha de lanzamiento	Por definir
Entrega y logística	Vaso biodegradable con tapa, pitillo ecológico.
Servicio al cliente	Si
Capacitación y soporte	Consumir en frío. Producto no apto para almacenamiento prolongado.

Nota: Fuente propia

5.2 Localización e identificación del tamaño del negocio

Localización

Localización del negocio

La localización del restaurante de comidas rápidas tipo fusión constituye un aspecto fundamental dentro del desarrollo del presente plan de negocios, ya que la ubicación del establecimiento influye directamente en el acceso de los clientes, el nivel de ventas y el posicionamiento del negocio dentro del mercado gastronómico.

El proyecto se plantea desarrollar en la zona urbana de la ciudad de **San Juan de Pasto**, capital del departamento de Nariño, la cual se caracteriza por ser un importante centro comercial, cultural y turístico de la región sur del país. Esta ciudad presenta una dinámica económica basada principalmente en el comercio, los servicios, el turismo y la gastronomía, lo cual genera un entorno favorable para la creación de nuevos establecimientos dedicados a la oferta de alimentos.

La elección de la ciudad de Pasto como lugar de desarrollo del proyecto se fundamenta en diversos factores que favorecen la implementación de negocios relacionados con el sector gastronómico. Entre estos factores se destacan el crecimiento del comercio local, el aumento del turismo en determinadas temporadas del año y la existencia de una población con hábitos de consumo orientados hacia la comida rápida, especialmente entre jóvenes, estudiantes universitarios y trabajadores.

Adicionalmente, Pasto es reconocida por su diversidad gastronómica y por la constante apertura de nuevos establecimientos de alimentos, lo cual demuestra que existe una demanda permanente por este tipo de servicios. Sin embargo, también se identifica una oportunidad de mercado para propuestas innovadoras dentro del segmento de comidas

rápidas, como es el caso del concepto de comida rápida tipo fusión que combina diferentes sabores y estilos culinarios.

Dentro de la ciudad, se plantea ubicar el restaurante en un sector comercial con alto flujo peatonal y fácil acceso para los consumidores. La selección de este tipo de ubicación responde a la necesidad de garantizar visibilidad del negocio, cercanía con el público objetivo y facilidad de acceso para los clientes.

Entre los principales factores considerados para la selección de la ubicación se encuentran:

- Alto flujo de personas en el sector.
- Cercanía a instituciones educativas y universidades.
- Presencia de zonas comerciales y de entretenimiento.
- Facilidad de acceso mediante transporte público.
- Seguridad del sector.
- Disponibilidad de locales comerciales adecuados para el funcionamiento del restaurante.

Estos elementos permiten asegurar que el establecimiento tenga una mayor probabilidad de atraer clientes potenciales, especialmente durante horarios de alto consumo como el almuerzo, la tarde y la noche.

Asimismo, la ubicación en un sector comercial de la ciudad facilita el posicionamiento del restaurante dentro del mercado gastronómico local, permitiendo competir con otros establecimientos de comida rápida que ya se encuentran posicionados en la zona.

Por lo tanto, la selección de la ciudad de Pasto y de un sector comercial dentro de su zona urbana se considera una decisión estratégica que favorece el desarrollo del proyecto, al ofrecer condiciones adecuadas para la captación de clientes y el crecimiento del negocio.

Identificación del tamaño del negocio

El tamaño del negocio se define a partir de diversos factores relacionados con la capacidad de atención al público, el volumen de producción estimado, el número de empleados requeridos y el espacio físico disponible para el funcionamiento del establecimiento.

En el caso del restaurante de comidas rápidas tipo fusión propuesto en este plan de negocios, se plantea iniciar operaciones con un establecimiento de tamaño pequeño a mediano, lo cual permite mantener un adecuado control de los costos operativos durante la etapa inicial del proyecto y facilitar la administración del negocio.

El restaurante contará con una capacidad aproximada para atender entre **30 y 40 clientes de manera simultánea**, distribuidos en mesas ubicadas dentro del área de comedor. Esta capacidad se considera suficiente para atender la demanda inicial proyectada, teniendo en cuenta que el negocio también ofrecerá servicio para llevar y domicilios, lo cual amplía el alcance del mercado sin necesidad de aumentar considerablemente el espacio físico del establecimiento.

Desde el punto de vista operativo, el restaurante estará conformado por diferentes áreas funcionales que permitirán garantizar el adecuado desarrollo de las actividades productivas y de atención al cliente. Entre estas áreas se encuentran:

- Área de cocina y preparación de alimentos.
- Área de atención al cliente y caja.
- Área de comedor o consumo dentro del establecimiento.

- Área de almacenamiento de insumos y materias primas.
- Área de servicios sanitarios para clientes y personal.

La distribución de estas áreas permitirá optimizar los procesos de producción y servicio, facilitando el flujo de trabajo dentro del establecimiento y garantizando condiciones adecuadas de higiene y seguridad alimentaria.

En cuanto al recurso humano, el negocio iniciará sus actividades con un equipo de trabajo conformado aproximadamente por **cinco a siete empleados**, quienes estarán encargados de las diferentes funciones operativas y administrativas del restaurante. Entre estos cargos se incluyen personal de cocina, personal de atención al cliente, encargado de caja y administrador del establecimiento.

Respecto a la capacidad productiva, se estima que el restaurante tendrá la posibilidad de preparar y vender aproximadamente entre **80 y 100 pedidos diarios** durante su etapa inicial de funcionamiento. Esta proyección se basa en el análisis de la demanda potencial del mercado y en la capacidad de producción del establecimiento considerando los recursos disponibles.

La capacidad instalada del restaurante permitirá atender adecuadamente la demanda proyectada, manteniendo tiempos de preparación razonables y garantizando la calidad de los productos ofrecidos a los clientes.

Es importante señalar que el tamaño del negocio se ha definido considerando una estrategia de crecimiento gradual, en la cual el restaurante podrá ampliar su capacidad operativa en el futuro en caso de que se registre un aumento significativo en la demanda de los productos.

En conclusión, el tamaño del restaurante se considera adecuado para iniciar operaciones de manera eficiente y sostenible, ya que permite atender la demanda estimada

del mercado, optimizar el uso de los recursos disponibles y facilitar la gestión administrativa del negocio durante sus primeras etapas de funcionamiento.

Macro localización

La macro localización del proyecto corresponde a la determinación de la región o ciudad donde se desarrollará el plan de negocios. En el presente proyecto se ha seleccionado la ciudad de **San Juan de Pasto**, capital del departamento de Nariño, ubicada en el suroccidente del país.

La elección de esta ciudad se fundamenta en diversos factores de carácter económico, social y comercial que favorecen la implementación de un negocio relacionado con el sector gastronómico. Pasto se caracteriza por ser un importante centro urbano de la región, en el cual se concentran actividades comerciales, educativas y turísticas que generan una constante dinámica de consumo.

Asimismo, la ciudad cuenta con una población significativa que demanda diferentes alternativas de alimentación, especialmente en el sector de comidas rápidas, el cual ha presentado un crecimiento importante en los últimos años debido a los cambios en los hábitos de consumo de la población. En particular, los jóvenes, estudiantes universitarios y trabajadores constituyen un segmento de mercado que frecuentemente consume este tipo de productos por su practicidad y rapidez en el servicio.

A continuación, se presenta la matriz de macro localización, la cual permite determinar de manera específica el municipio donde el proyecto debe operar. Para este análisis se establecieron tres alternativas de ubicación: Pasto – Nariño, Ipiales – Nariño y Chachagüí – Nariño. Como factores relevantes para el restaurante de comidas rápidas tipo fusión se tomaron los siguientes: 1. Mercado (demanda, afluencia y consumo de comida

rápida), 2. Competencia (nivel de saturación del mercado), 3. Acceso a proveedores e insumos (carne, vegetales, salsas, empaques), 4. Mano de obra disponible (cocineros, meseros, domiciliarios), 5. Transporte y movilidad (accesibilidad, tráfico, rutas), 6. Facilidad de domicilios (cobertura, tiempo de entrega, acceso a barrios) y 7. Seguridad y ambiente comercial (flujo nocturno y permanencia de clientes).

Los resultados obtenidos en la matriz evidencian que la localización 1 correspondiente a la ciudad de San Juan de Pasto – Nariño alcanzó el mayor puntaje, por lo cual se concluye que es el lugar más conveniente para establecer el proyecto, principalmente debido a factores como el tamaño del mercado, el alto flujo de consumidores, la disponibilidad de mano de obra y la facilidad de acceso a proveedores e insumos necesarios para la operación del restaurante.

Tabla 19 *Macro localización*

Factores		eso	Pasto - Nariño		Ipiales - Nariño		Chachagüí - Nariño	
Macro localización			calificación	Ponderación	calificación	Ponderación	calificación	Ponderación
1	Mercado (demanda, afluencia y consumo de comidas rápidas	0,28	5,0	1,40	4,0	1,12	3,0	0,84
2	Competencia (nivel de saturación del mercado)	0,12	3,0	0,36	4,0	0,48	4,0	0,48
3	Acceso a proveedores e insumos (carnes, vegetales, salsas, empaques)	0,18	5,0	0,90	4,0	0,72	3,0	0,54
4	Mano de obra disponible (cocineros, meseros, domiciliarios)	0,14	4,0	0,56	4,0	0,56	3,0	0,42

5	Transporte y movilidad (accesibilidad, tráfico, rutas)	0,10	4,0	0,40	3,0	0,30	3,0	0,30
6	Facilidad de domicilios (cobertura, tiempo de entrega, acceso a barrios)	0,10	5,0	0,50	4,0	0,40	3,0	0,30
7	Seguridad y ambiente comercial (flujo nocturno y permanencia de clientes)	0,08	4,0	0,32	3,0	0,24	2,0	0,16
Total		1,0		4,44		3,82		3,04

Nota. Fuente propia

.Con base en los resultados obtenidos en la matriz de evaluación de macro localización, se puede evidenciar que la alternativa correspondiente a la ciudad de **San Juan de Pasto** presenta el mayor puntaje ponderado dentro de los factores analizados, alcanzando un valor total de **4,44**, lo cual la posiciona como la alternativa más favorable para el desarrollo del proyecto.

Este resultado se explica principalmente por el alto desempeño obtenido en factores determinantes para la implementación de un restaurante de comidas rápidas tipo fusión, tales como el tamaño del mercado, el nivel de consumo de comida rápida, la disponibilidad de proveedores e insumos, así como la facilidad de acceso a mano de obra calificada dentro del sector gastronómico.

En relación con el factor de mercado, la ciudad de Pasto presenta una mayor afluencia de consumidores y una dinámica comercial más activa en comparación con otros municipios cercanos del departamento de Nariño. Esto se debe a que la ciudad concentra una mayor población, así como una importante presencia de estudiantes universitarios, trabajadores y turistas que constituyen un segmento significativo dentro del consumo de comidas rápidas.

Asimismo, Pasto cuenta con una infraestructura comercial más desarrollada, lo cual facilita el acceso a proveedores de materias primas e insumos necesarios para la operación del restaurante, tales como carnes, vegetales, salsas, empaques y otros productos utilizados en la preparación de los alimentos.

Otro aspecto relevante es la disponibilidad de mano de obra dentro del sector servicios, especialmente personal con experiencia en actividades relacionadas con la preparación de alimentos, atención al cliente y servicio de domicilios, lo cual resulta fundamental para garantizar el adecuado funcionamiento del establecimiento.

De igual manera, la ciudad ofrece mejores condiciones en términos de transporte y movilidad urbana, lo que facilita el acceso de los clientes al establecimiento y permite optimizar la prestación del servicio de domicilios hacia diferentes sectores de la ciudad.

Finalmente, el ambiente comercial y el flujo de personas durante diferentes horarios del día favorecen el funcionamiento de negocios gastronómicos, especialmente aquellos enfocados en la venta de comidas rápidas, los cuales dependen en gran medida del tránsito peatonal y de la permanencia de clientes en zonas comerciales.

En conclusión, teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la matriz de evaluación y el análisis de los factores considerados, se determina que la ciudad de Pasto constituye la localización más adecuada para el desarrollo del proyecto, debido a que ofrece mejores condiciones de mercado, disponibilidad de recursos y oportunidades de crecimiento para el restaurante de comidas rápidas tipo fusión

Tabla 20 *Tabla de Calificación de macro localización*

Calificación		
1	Menor	Amenaza
2	Menor	Amenaza
3	Menor	Amenaza
4	Media	Oportunidad
5	Mayor	Oportunidad
6	Mayor	Oportunidad
7	Mayor	Oportunidad

Nota. *Fuente propia*

Para determinar la localización más adecuada del restaurante de comidas rápidas tipo fusión, se realizó el análisis de cada uno de los factores evaluados en la matriz de macro localización, teniendo en cuenta la calificación asignada y el valor ponderado obtenido en cada alternativa. A continuación, se presenta el análisis correspondiente:

Análisis Macro localización

Factor 1. Mercado (demanda, afluencia y consumo de comida rápida)

- Para la localización número 1 correspondiente a San Juan de Pasto, el factor mercado representa una oportunidad alta, debido a que es un sector con fuerte actividad comercial, alta circulación de personas y gran presencia de consumidores potenciales que frecuentemente demandan productos de comida rápida. Este factor obtuvo una calificación de 5,0 y una ponderación de 1,40, lo cual evidencia un alto potencial para captar clientes y generar ventas constantes.
- Para la localización número 2 correspondiente a Ipiales- Nariño, el factor mercado representa una oportunidad favorable, ya que presenta un nivel de consumo medio-alto, principalmente por ser una zona residencial con presencia de comercio moderado. La calificación obtenida fue de 4,0 con ponderación de 1,12, lo que indica que existe demanda, aunque con menor flujo de Pasto - Nariño.
- Para la localización número 3 correspondiente a Chachagüí – Nariño, este factor refleja una oportunidad moderada, debido a que el flujo comercial y la afluencia de consumidores es menor en comparación con las otras zonas

analizadas. Obtuvo una calificación de 3,0 y ponderación de 0,84, lo que indica que, aunque hay mercado, su crecimiento y sostenibilidad sería más limitada.

Factor 2. Competencia (nivel de saturación del mercado)

- Para la localización número 1 correspondiente a Pasto - Nariño, el factor competencia representa una oportunidad moderada, ya que, aunque existe una alta presencia de restaurantes y negocios gastronómicos, esto también confirma que el sector es comercialmente activo y atractivo para los consumidores. La calificación asignada fue de 3,0, con ponderación de 0,36, reflejando un entorno competitivo que exige diferenciación mediante calidad e innovación.
- Para la localización número 2 correspondiente a Ipiales - Nariño, la competencia se considera una oportunidad alta, dado que el número de establecimientos similares es moderado, lo cual facilita el posicionamiento del restaurante. Este factor obtuvo calificación de 4,0 y ponderación de 0,48, indicando mejores posibilidades de ingreso al mercado con menor presión competitiva.
- Para la localización número 3 correspondiente a Chachagüí - Nariño, la competencia también representa una oportunidad alta, ya que existen menos establecimientos dedicados a la comida rápida y esto reduce la saturación del mercado. La calificación fue de 4,0 con ponderación de 0,48, lo que refleja que el restaurante podría destacarse con mayor facilidad.

Factor 3. Acceso a proveedores e insumos (carnes, vegetales, salsas, empaques)

- Para la localización número 1 correspondiente a Pasto - Nariño, este factor representa una oportunidad alta, debido a que su ubicación facilita el acceso rápido a distribuidores, supermercados, plazas de mercado y proveedores de insumos esenciales para la preparación de comidas rápidas tipo fusión. Se obtuvo calificación de 5,0 con ponderación de 0,90, lo cual favorece el abastecimiento continuo y reduce costos logísticos.
- Para la localización número 2 correspondiente a Ipiales - Nariño, el acceso a insumos es una oportunidad favorable, ya que, aunque se cuenta con proveedores cercanos, el acceso es menos inmediato que en el centro comercial de la ciudad. La calificación fue de 4,0 con ponderación de 0,72, indicando que el abastecimiento es viable y constante.
- Para la localización número 3 correspondiente a Chachagüí - Nariño, este factor representa una oportunidad moderada, debido a que el acceso a proveedores es menos dinámico y podría implicar mayores tiempos de compra o transporte. Obtuvo calificación de 3,0 con ponderación de 0,54, lo que indica una menor ventaja logística frente a las otras alternativas.

Factor 4. Mano de obra disponible (cocineros, meseros y domiciliarios)

- Para la localización número 1 correspondiente a Pasto - Nariño, el factor mano de obra representa una oportunidad alta, ya que la zona cuenta con alta disponibilidad de personal con experiencia en restaurantes, atención al cliente y servicios de domicilios. Este factor obtuvo una calificación de 4,0 con ponderación de 0,56, lo cual favorece el funcionamiento eficiente del negocio.

- Para la localización número 2 correspondiente a Ipiales Nariño, este factor también representa una oportunidad alta, debido a la disponibilidad de trabajadores de la zona y la cercanía con sectores residenciales, facilitando la contratación de personal operativo. Se obtuvo calificación de 4,0 con ponderación de 0,56, evidenciando condiciones favorables para el talento humano.
- Para la localización número 3 correspondiente a Chachagüí - Nariño, este factor representa una oportunidad moderada, ya que, aunque existe disponibilidad de personal, puede ser más limitada o requerir mayores esfuerzos de capacitación. La calificación asignada fue de 3,0 con ponderación de 0,42.

Factor 5. Transporte y movilidad (accesibilidad, tráfico y rutas)

- Para la localización número 1 correspondiente a Pasto - Nariño, este factor representa una oportunidad alta, dado que el centro de la ciudad cuenta con rutas constantes de transporte público, fácil acceso peatonal y conectividad con diferentes sectores de Pasto. Obtuvo calificación de 4,0 y ponderación de 0,40, lo cual facilita el ingreso de clientes y proveedores.
- Para la localización número 2 correspondiente a Ipiales - Nariño, el transporte representa una oportunidad moderada, ya que, aunque cuenta con acceso vial y rutas, la movilidad no es tan dinámica como en la zona céntrica. Se obtuvo calificación de 3,0 con ponderación de 0,30.
- Para la localización número 3 correspondiente a Chachagüí - Nariño, este factor representa una oportunidad moderada, ya que, aunque existen rutas de

transporte, el flujo vehicular y comercial es menor, lo cual puede limitar la captación de clientes. La calificación fue de 3,0 con ponderación de 0,30.

Factor 6. Facilidad de domicilios (cobertura, tiempo de entrega y acceso a barrios)

- Para la localización número 1 correspondiente a Pasto - Nariño, este factor representa una oportunidad alta, debido a que su ubicación permite realizar entregas rápidas hacia distintos sectores de la ciudad, mejorando la eficiencia del servicio a domicilio. Se asignó calificación de 5,0 con ponderación de 0,50, evidenciando una ventaja competitiva en tiempos de entrega.
- Para la localización número 2 correspondiente a Ipiales - Nariño, este factor representa una oportunidad favorable, dado que permite una cobertura eficiente hacia barrios residenciales cercanos, aunque con menor alcance inmediato hacia sectores comerciales. Obtuvo calificación de 4,0 y ponderación de 0,40.
- Para la localización número 3 correspondiente a Chachagüí - Nariño, este factor representa una oportunidad moderada, debido a que su ubicación puede generar tiempos de entrega más largos hacia algunas zonas de alta demanda. La calificación fue de 3,0 con ponderación de 0,30.

Factor 7. Seguridad y ambiente comercial (flujo nocturno y permanencia de clientes)

- Para la localización número 1 correspondiente a Pasto - Nariño, este factor representa una oportunidad favorable, ya que el sector mantiene actividad comercial durante el día y parte de la noche, favoreciendo la permanencia de

clientes. Sin embargo, se debe implementar control y medidas preventivas debido al movimiento constante de personas. Obtuvo calificación de 4,0 y ponderación de 0,32.

- Para la localización número 2 correspondiente a Ipiales - Nariño, este factor representa una oportunidad moderada, debido a que la actividad comercial es menor y se concentra principalmente en horarios diurnos. La calificación fue de 3,0 con ponderación de 0,24.
- Para la localización número 3 correspondiente a Chachagüí - Nariño, este factor representa una amenaza moderada, ya que el ambiente comercial y el flujo nocturno son más reducidos, lo cual puede afectar la demanda en horarios estratégicos para comidas rápidas, como la noche y fines de semana.

La calificación asignada fue de 2,0 con ponderación de 0,16.

De acuerdo con los resultados obtenidos, se concluye que la alternativa más favorable para la implementación del restaurante de comidas rápidas tipo fusión corresponde a Pasto - Nariño, debido a que obtuvo el puntaje total más alto (4,44). Esto se debe principalmente a su mayor afluencia de consumidores, excelente acceso a proveedores, mejores condiciones para el servicio a domicilio y una ubicación estratégica que facilita el transporte y la movilidad. Por lo tanto, esta zona representa la mejor opción para garantizar el posicionamiento y crecimiento del negocio en el mercado gastronómico de San Juan de Pasto.

Micro localización.

La micro localización consiste en determinar el lugar específico dentro de la ciudad donde se desarrollará el proyecto, teniendo en cuenta factores que influyen directamente en

la operación del negocio, tales como el flujo de clientes, accesibilidad, costos de arriendo y condiciones comerciales del sector.

Para el presente proyecto se analizaron tres alternativas de ubicación dentro de la ciudad de **San Juan de Pasto**, las cuales presentan características comerciales y de movilidad que pueden favorecer el funcionamiento de un restaurante de comidas rápidas tipo fusión.

Las alternativas evaluadas fueron:

- **Ubicación 1:** Calle 19 # 23 – 45 (Sector Centro Comercial)
- **Ubicación 2:** Carrera 27 # 18 – 60 (Sector Avenida de los Estudiantes – Zona Universitaria)
- **Ubicación 3:** Calle 16 # 40 – 12 (Sector Avenida Panamericana – Zona Residencial y Comercial)

Para determinar la alternativa más adecuada se evaluaron los siguientes factores:

- Cercanía al centro y zona comercial
- Flujo de clientes y tránsito peatonal
- Accesibilidad vehicular y transporte público
- Costos de arriendo y sostenibilidad financiera
- Disponibilidad de servicios públicos
- Seguridad del sector
- Facilidad para domicilios y cobertura logística

A continuación, se presenta la matriz de micro localización, la cual permite determinar de manera específica el sector más conveniente dentro de la ciudad de San Juan de Pasto – Nariño para la instalación del restaurante de comidas rápidas tipo fusión.

Para este análisis se establecieron tres alternativas de ubicación dentro de Pasto, considerando zonas con alta movilidad comercial y potencial de consumo, las cuales son:

Ubicación 1: Calle 19 # 23 – 45 (Centro – Sector Comercial)

Ubicación 2: Carrera 27 # 18 – 60 (Sector Avenida Los Estudiantes – Zona universitaria)

Ubicación 3: Calle 16 # 40 – 12 (Sector Avenida Panamericana – Zona residencial y comercial)

Los factores evaluados para seleccionar la mejor alternativa fueron:

- Cercanía al centro y zona comercial
- Flujo de clientes y tránsito peatonal
- Accesibilidad vehicular y transporte público
- Costos de arriendo y sostenibilidad financiera
- Disponibilidad de servicios públicos
- Seguridad del sector
- Facilidad para domicilios y cobertura logística

Los resultados obtenidos en la matriz evidencian que la Ubicación 2 (Carrera 27 # 18 – 60) obtiene el mayor puntaje ponderado, debido a que se encuentra en un sector estratégico con alta afluencia de estudiantes y residentes, gran movilidad comercial, facilidad para domicilios y excelente acceso a transporte público. Por lo anterior, se concluye que esta alternativa es la más adecuada para la implementación del restaurante.

Tabla 21 *Matriz de micro localización*

Factores		Peso	Calle 19 # 23 – 45 (Centro Comercial)		Cra 27 # 18 – 60 (Zona Universitaria)		Calle 16 # 40 – 12 (Av. Panamericana) Calificación	
Macro localización			calificación	Ponderación	calificación	Ponderación	calificación	Ponderación
1	Cercanía al centro y zona comercial	0,18	5,0	0,90	4,0	0,72	3,0	0,54
2	Flujo de clientes y tránsito peatonal	0,20	4,0	0,80	5,0	1,00	3,0	0,60
3	Accesibilidad vehicular y transporte público	0,15	4,0	0,60	5,0	0,75	4,0	0,60
4	Costos de arriendo	0,15	2,0	3,0	3,0	0,45	4,0	0,60
5	Disponibilidad de servicios públicos	0,10	5,0	0,50	5,0	0,50	4,0	0,40
6	Seguridad del sector	0,12	3,0	0,36	4,0	0,48	3,0	0,36

7	Facilidad para domicilios y cobertura logística	0,10	4,0	0,40	5,0	0,50	4,0	0,40
	Total	1,00		3,86		4,40		3,50
Ubicación		Puntaje total						
Calle 19 Centro		3,86						
Cra 27 Zona Universitaria		4,40						
Calle 16 Av. Panamericana		3,50						

Nota: Fuente propia

Con base en los resultados obtenidos en la matriz de micro localización, se observa que la alternativa ubicada en la **Carrera 27 # 18 – 60**, en el sector de la Avenida de los Estudiantes, obtuvo el mayor puntaje ponderado con **4,40**, lo cual la posiciona como la alternativa más favorable para la instalación del restaurante de comidas rápidas tipo fusión.

Este resultado se explica principalmente por las ventajas que presenta esta zona en relación con el flujo de clientes potenciales, ya que se encuentra ubicada en un sector universitario con alta presencia de estudiantes, residentes y establecimientos comerciales que generan una constante dinámica de consumo.

Asimismo, la zona cuenta con buena accesibilidad mediante transporte público y vías principales, lo cual facilita el desplazamiento de los clientes y del personal del restaurante. De igual manera, la ubicación permite una cobertura eficiente del servicio de domicilios hacia diferentes sectores de la ciudad.

Aunque los costos de arriendo pueden ser moderados en comparación con otros sectores residenciales, la alta afluencia de consumidores y la visibilidad comercial compensan este factor, permitiendo mayores oportunidades de posicionamiento y crecimiento del negocio.

En conclusión, se determina que la ubicación correspondiente a la **Carrera 27 # 18 – 60 (zona universitaria)** representa la alternativa más adecuada para establecer el restaurante de comidas rápidas tipo fusión, debido a que ofrece mejores condiciones de mercado, mayor flujo de consumidores y un entorno comercial favorable para el desarrollo del proyecto en la ciudad de Pasto.

Tabla 22 *Calificación micro localización*

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

Nota: Fuente propia

Se determina que la ubicación correspondiente a la Calle 19 # 23 – 45 (**sector Unicentro Pasto**), en la ciudad de **San Juan de Pasto**, es la alternativa más factible para establecer el restaurante de comidas rápidas tipo fusión.

Para sustentar esta afirmación, se realizó un análisis comparativo de los factores que influyen en cada ubicación, teniendo en cuenta el peso asignado, la calificación otorgada y el resultado de la ponderación total dentro de la matriz de micro localización.

Análisis micro localización

El análisis de micro localización permite identificar la zona más adecuada dentro de la ciudad de **San Juan de Pasto** para la implementación del restaurante de comidas rápidas tipo fusión, teniendo en cuenta factores determinantes como el flujo de clientes, accesibilidad, costos operativos y condiciones del entorno comercial.

Para este estudio se evaluaron tres sectores representativos de la ciudad: la zona de la Avenida Panamericana (sector Unicentro Pasto), el barrio Buesaquillo y el barrio El Aljibe, los cuales presentan características diferentes en términos comerciales y residenciales.

En primer lugar, el sector de la Avenida Panamericana se destaca por ser una de las zonas con mayor actividad comercial en la ciudad, caracterizada por la alta afluencia de personas, la presencia de centros comerciales, entidades financieras y establecimientos de alto reconocimiento. Este entorno favorece significativamente la captación de clientes potenciales, especialmente para un negocio de comidas rápidas, donde la rotación y el consumo inmediato son factores clave. Adicionalmente, cuenta con excelente accesibilidad vial y disponibilidad de transporte público, lo cual facilita tanto el acceso de los clientes como la operación logística del negocio. Aunque presenta costos de arriendo y servicios más elevados, estos se justifican por el alto potencial de ingresos que ofrece la zona.

Por otra parte, el barrio Buesaquillo presenta condiciones favorables en términos de costos, ya que tanto el arriendo como los servicios públicos son más económicos. Sin embargo, al ser una zona principalmente residencial, el flujo de clientes es limitado y la visibilidad comercial es reducida. Esta situación representa una desventaja significativa para el tipo de negocio propuesto, dado que la demanda depende en gran medida de la ubicación y del tránsito constante de consumidores.

Finalmente, el barrio El Aljibe ofrece una combinación de características residenciales y comerciales, con buena accesibilidad y condiciones adecuadas para la logística de abastecimiento. No obstante, su nivel de actividad comercial es inferior al de la Avenida Panamericana, lo que puede afectar la captación de clientes y el posicionamiento del negocio en el mercado local.

En conclusión, el análisis de micro localización permite determinar que el sector de la Avenida Panamericana (zona Unicentro Pasto) es la alternativa más favorable para la implementación del restaurante, debido a su alto flujo de clientes, excelente accesibilidad, visibilidad comercial y entorno competitivo consolidado. Estas condiciones permiten

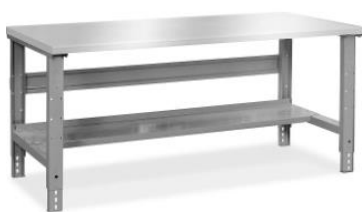
proyectar una mayor demanda del servicio, lo cual es fundamental para garantizar la rentabilidad y sostenibilidad del proyecto en el tiempo.

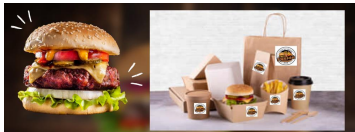
5.3 Descripción de procesos de producción, ventas y servicios

Tabla 23 *Tabla de proceso de producción*

o	Proceso		Maquinaria	No. trab.	Tiempo
1	Recepción de materia prima (carnes, vegetales, salsas, panes, bebidas)		Manual (balanza, termómetro)	1	35 minutos
2	Clasificación y almacenamiento según tipo de insumo		Nevera industrial, congelador, estantería	1	45 minutos
3	Lavado y Desinfección de vegetales		Lavaplatos, desinfectantes, bandejas	1	50 minutos

	y utensilios				
4	Porcionero de carnes, pollo y proteína principal		Cuchillos, tabla, balanza	1	60 minutos
5	Preparación de salsas y aderezos fusión (recetas propias)		Licuada industrial, recipientes	1	55 minutos
6	Preparación previa de acompañamiento (papas, ensalada)		Freidora, recipientes, cuchillos	1	65 minutos

					
7	Cocción de proteínas (hamburguesa, pollo, carne, chorizo, etc.)		Parrilla industrial, plancha, extractor	2	55 minutos
8	Fritura de acompañamientos (papas, empanizados)		Freidora industrial	1	45 minutos
9	Armado del producto final (hamburguesa fusión, wrap, combo, etc.)		Manual (mesa de armado, pinzas)	2	30 minutos

10	Empaque y presentación del producto	 	Empaques biodegradables , sellos	1	20 minutos
11	Control de calidad del pedido (verificación)		Manual (checklist, supervisor)	1	10 Minutos
2	Despacho para consumo en local o domicilio		Manual (bandejas, bolsas térmicas)	1	10 Minutos
	Tiempo Total				8 horas

Nota. Fuente propia

Proceso de ventas

El proceso de ventas en el restaurante de comidas rápidas tipo fusión se basa en una estrategia de atención ágil y efectiva, con el objetivo de reducir tiempos de espera y aumentar la rotación de clientes, lo cual es clave en este tipo de negocios.

Las ventas se realizarán mediante tres canales principales:

- Atención presencial en el local
- Pedidos telefónicos y WhatsApp Business
- Pedidos por plataformas digitales (domicilios y redes sociales)

La venta inicia cuando el cliente solicita el producto y finaliza cuando se realiza el pago y se confirma el pedido en cocina. Para mantener un control adecuado, se implementará un registro digital de pedidos, que permitirá medir ventas diarias, productos más solicitados y tiempos de entrega.

Tabla 24 *Proceso de ventas*

o	Proceso	Medios / Herramientas	No. trab.	Tiempo
1	Recepción del pedido		1	3 minutos

2	Confirmación de disponibilidad		Comunicación con cocina	1	1 minuto
3	Facturación y cobro		Datáfono, efectivo, transferencias	1	2 Minutos
	Generación de ticket para cocina		Impresora / sistema POS	1	1 minuto
	Confirmación de entrega		Atención al cliente	1	2 minutos

Nota: Fuente propia

Proceso de servicio

El proceso de servicio está enfocado en brindar una experiencia satisfactoria al consumidor, garantizando calidad, presentación, limpieza y cumplimiento del tiempo prometido. Este componente es fundamental para fidelizar clientes, ya que en la industria gastronómica no solo se vende comida, sino una experiencia completa.

El servicio se desarrolla tanto para clientes presenciales como para domicilios, implementando estrategias de rapidez, amabilidad y control de entrega.

- Se establecerán estándares básicos como:
- Buen trato y comunicación con el cliente.
- Entrega del pedido completo y correctamente empacado.
- Control de tiempos máximos de preparación.
- Revisión final antes de despacho.
- Manejo adecuado de quejas y sugerencias.

Tabla 25 *Proceso de servicio al cliente y entrega del producto*

o	Actividad de Servicio	Medios / Herramientas	No. trab.	Tiempo
1	Atención y orientación al cliente		Menú físico/digital	1
			3 min	

2	Preparación del pedido en cocina		Equipos de cocina industria	2	15 minutos
3	Verificación del pedido		Checklist de control	1	2 minutos
	Servicio de domicilio (si aplica)		Motocicleta, bolsa térmica	1	20 minutos

Nota: Fuente propia

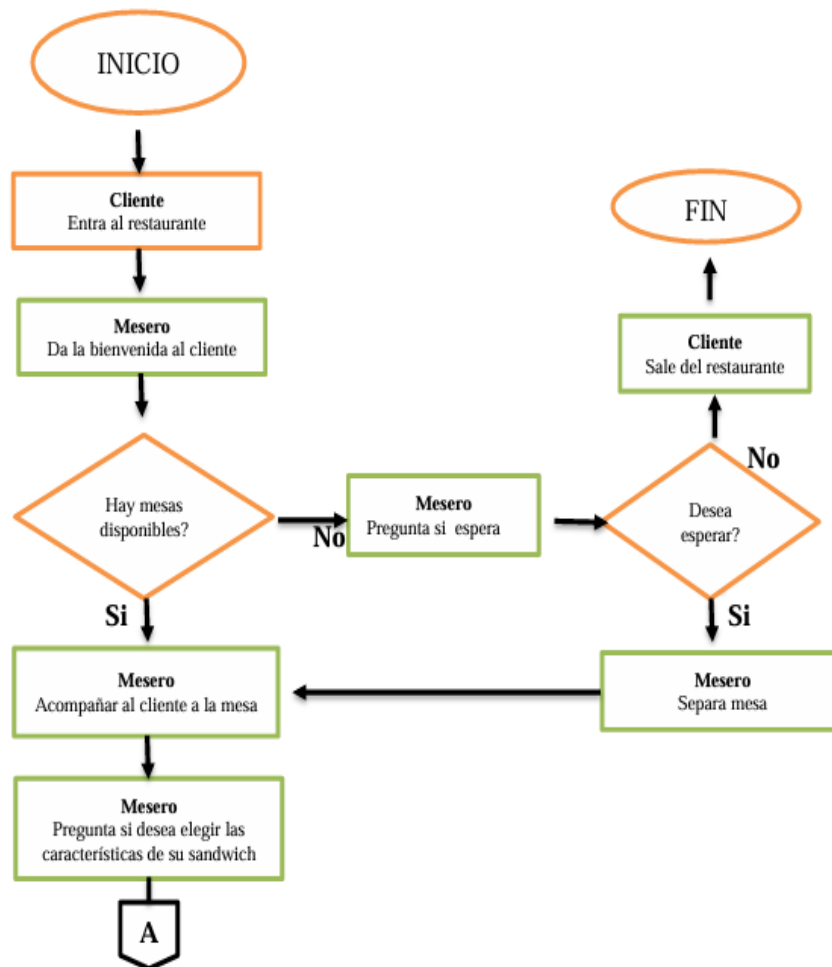
De acuerdo con la estructura planteada, se evidencia que el restaurante contará con un proceso integral que permite cumplir con los requerimientos esenciales de un negocio de comidas rápidas: rapidez, eficiencia y calidad constante. El proceso de producción está diseñado para evitar desperdicios, asegurar el control de porciones y mantener la estandarización del sabor, lo cual es indispensable en un restaurante tipo fusión donde los ingredientes y combinaciones son parte del valor diferencial.

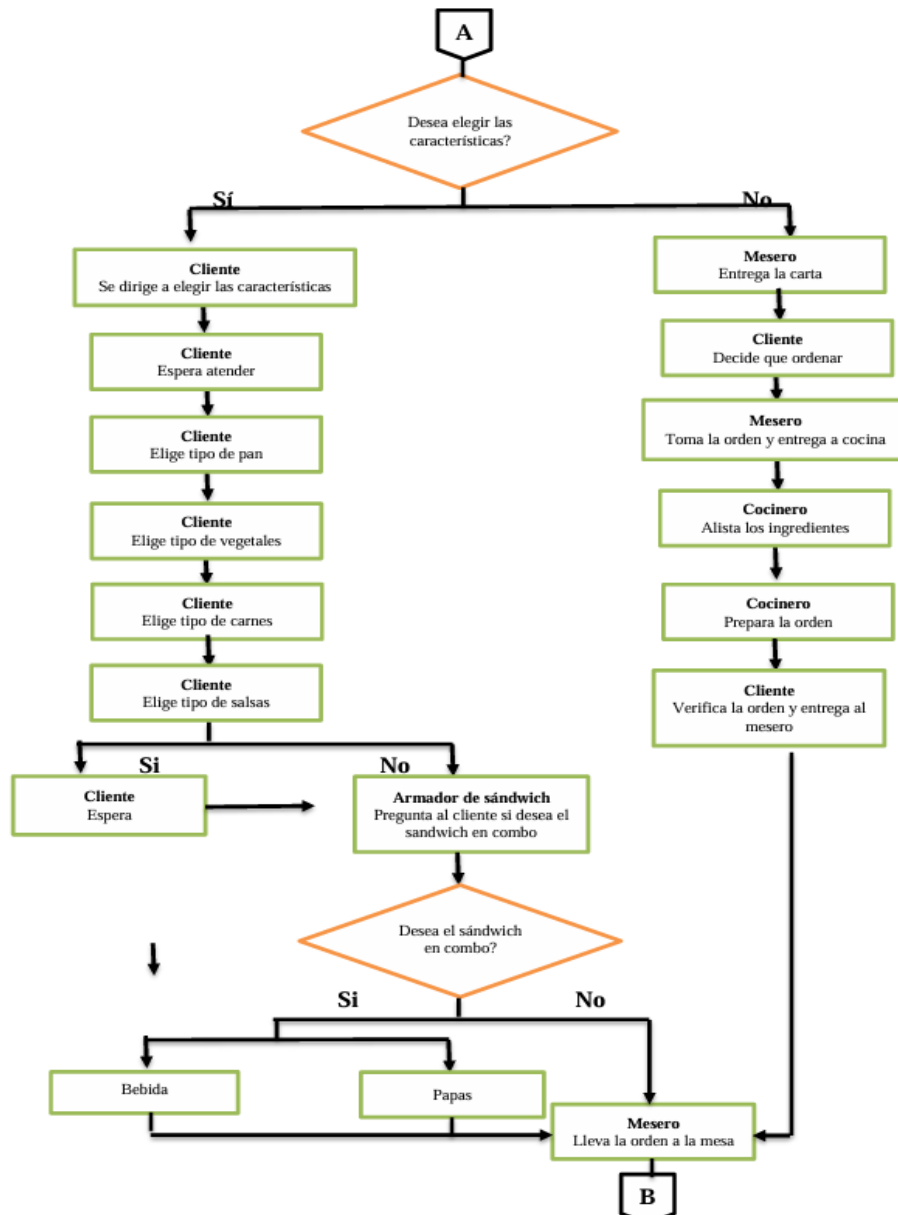
Asimismo, el proceso de ventas se orienta a mejorar la atención y facilitar el acceso del cliente a través de canales digitales, lo cual fortalece la competitividad del negocio, especialmente considerando el aumento del consumo por domicilios en la ciudad de Pasto.

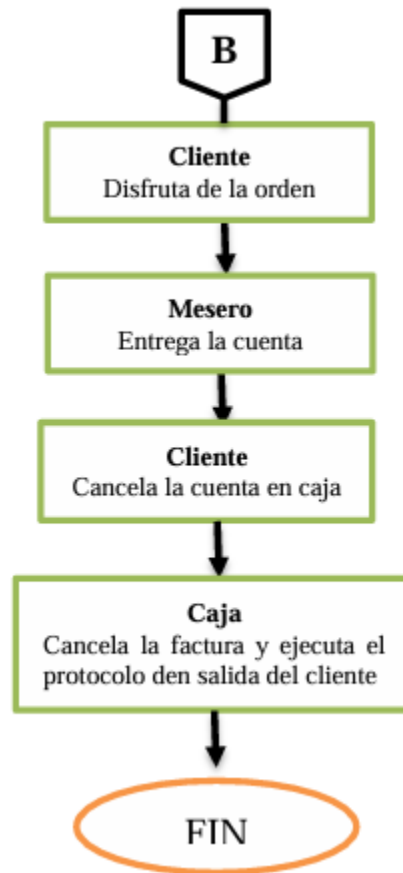
5.3.1 Descripción de procesos de producción, ventas y servicios

Diagrama de flujo de proceso

Figura 23 *Flujograma proceso productivo, productivo de comidas rápidas tipo fusión.*







Nota: Fuente Propia

Para entender el proceso productivo es necesario contar con 3 pasos fundamentales.

Estado Inicial: En este paso se ubican los insumos que son aquellos sobre los cuales se efectúa el proceso de transformación para obtener el producto final.

Proceso transformador: Es el conjunto de operaciones que realiza el personal y la maquinaria para elaborar el producto final.

Estado final: Se ubica el producto o bienes finales resultado del proceso de transformación, en nuestro caso significaría el plato listo para servir al cliente en la mesa, para llevar o a domicilio, que significa que cuenta con un valor agregado y que añade calidad al producto en cada proceso, con un servicio ágil, con la atención adecuada, insumos de

calidad y valor agregado se contara con unos buenos emparedados saludables al consumo del cliente final.

5.4 Distribución física e ingeniería del proyecto

La distribución de planta del restaurante de comidas rápidas tipo fusión se diseña con el objetivo de optimizar el uso del espacio físico, garantizar la eficiencia en los procesos productivos y brindar una adecuada atención al cliente, cumpliendo con condiciones de higiene, seguridad y funcionalidad.

El establecimiento estará ubicado en la ciudad de **San Juan de Pasto**, en una zona comercial de alta afluencia, lo cual exige una organización interna que permita atender de manera ágil la demanda del servicio.

La distribución del espacio se plantea bajo un modelo funcional, donde cada área cumple un rol específico dentro del proceso operativo del restaurante, permitiendo una adecuada circulación del personal, clientes y materias primas, evitando cruces innecesarios que puedan afectar la calidad del servicio.

Áreas de la distribución de planta

1. Área de atención al cliente

Es el espacio destinado a la recepción de pedidos, atención directa y entrega de productos. Incluye el mostrador, caja registradora y zona de espera. Esta área debe ser visible, accesible y organizada, ya que representa el primer contacto con el cliente y es clave para la percepción del servicio.

2. Área de cocina y preparación

Es el núcleo del restaurante, donde se lleva a cabo la elaboración de los productos. Debe contar con estaciones de trabajo organizadas (preparación, cocción, armado de platos),

garantizando eficiencia en los tiempos de producción. Se deben cumplir normas de higiene y manipulación de alimentos.

3. Área de almacenamiento

Destinada al almacenamiento de materias primas, insumos y productos perecederos. Incluye refrigeración y estanterías. Esta área debe estar separada de la zona de preparación para evitar contaminación cruzada.

4. Área de lavado y limpieza

Espacio destinado al lavado de utensilios, equipos y elementos de cocina. Debe contar con suministro constante de agua y condiciones sanitarias adecuadas, cumpliendo con normativas de salubridad.

5. Área administrativa

Espacio para la gestión del negocio, manejo de inventarios, control financiero y documentación. Aunque no requiere gran extensión, es fundamental para el control operativo del restaurante.

6. Zona de consumo (si aplica)

Área destinada a los clientes para el consumo de alimentos dentro del establecimiento. Debe ser cómoda, higiénica y acorde con la identidad del negocio.

Justificación de la distribución

La distribución propuesta permite optimizar los tiempos de producción y atención, reduciendo desplazamientos innecesarios del personal y facilitando el flujo continuo de las operaciones. Asimismo, garantiza el cumplimiento de normas sanitarias y de seguridad, especialmente en la manipulación de alimentos.

Adicionalmente, se busca mejorar la experiencia del cliente mediante un espacio organizado, limpio y funcional, lo cual contribuye al posicionamiento del restaurante en el mercado.

Flujo del proceso

El flujo operativo del restaurante sigue una secuencia lógica:

Recepción de pedido → Preparación → Entrega → Consumo → Limpieza

Este flujo evita interferencias entre procesos y permite mantener un servicio ágil, factor clave en negocios de comidas rápidas.

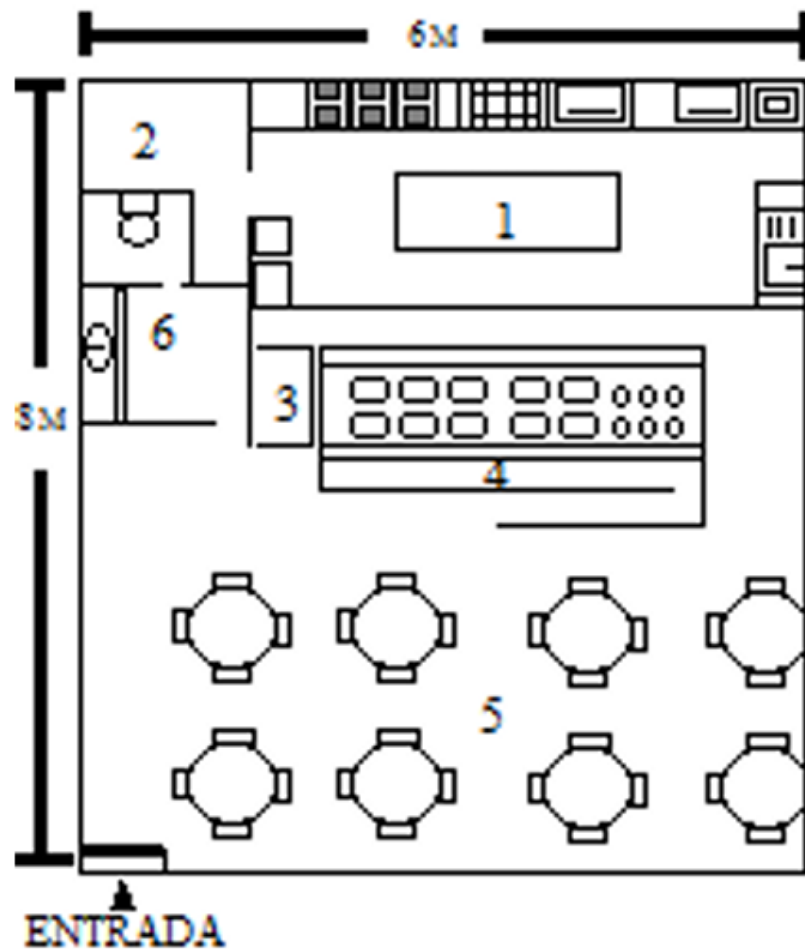
La adecuada distribución de planta constituye un elemento fundamental para el éxito del restaurante, ya que influye directamente en la eficiencia operativa, la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

Por lo tanto, el diseño propuesto garantiza un funcionamiento óptimo del negocio, permitiendo atender la demanda de manera eficiente y cumpliendo con los estándares requeridos para establecimientos de alimentos en la ciudad de **San Juan de Pasto**.

Dentro de este orden de ideas se cuenta con un área de 56m² aprox., dándole un tamaño mediano al restaurante donde el 40% hace parte a la plaza de comidas, sin embargo, se ha distribuido de la mejor forma para darle fluidez a los trabajadores y consumidores, pero sin dejar de aprovechar cada espacio, además, que es un tamaño ideal para emprender las comidas rápidas tipo fusión con un presupuesto limitado.

La distribución de planta del restaurante se representará de la siguiente manera:

Figura 24 *Plano del restaurante de comidas rápidas tipo fusión*



Nota: Fuente propia

La distribución de planta está dividida en las siguientes secciones:

- Cocina: En esta sección es donde el jefe de cocina y auxiliar se encargan de la preparación de productos y similares, la cocina está distribuida de tal forma que se pueda tener un orden y un proceso productivo alineado según los intereses, además, sin perder la fluidez del personal para desplazarse.
- Bodega: En esta sección en donde se guardan y se clasifican todos los insumos y suministros necesarios para el procedimiento del restaurante. Es importante esta sección porque permite llevar una organización y control de lo que se

cuenta, permitiendo llevar un excelente manejo de inventarios por parte de la administración.

- Caja: El administrador es el encargado del manejo de la caja, en donde el cliente paga la factura del pedido, además el administrador tiene que estar pendiente de la debida atención de los clientes, de pedidos a tiempo, y la fluidez del restaurante.
- Zona de servicio: En esta sección el cliente podrá personalizar sus productos a sus gustos y preferencia pudiendo seleccionar los ingredientes.
- Plaza de comidas: Esta sección está organizada por 8 mesas y 30 asientos, donde el cliente podrá compartir y disfrutar de sus productos favoritos y de un ambiente agradable. El objetivo de esta sección es la de otorgar una comodidad del cliente por lo cual se tendrá una gran fluidez en los corredizos y espacios entre las mesas para que el cliente se sienta en casa.
- Baño: Se contará únicamente con un baño para los servicios de nuestros clientes.

De esta manera, el establecimiento contará con zonas claramente definidas como: área de recepción y almacenamiento de materia prima, cocina o zona de producción, área de ensamble y empaque, zona de atención y caja, espacio para clientes, zona de lavado y aseo, y área administrativa. Cada una de estas se distribuye considerando el flujo lógico del proceso productivo, lo que permite reducir tiempos de preparación, mejorar la calidad del servicio y aumentar la satisfacción del cliente.

En conclusión, la distribución física e ingeniería del proyecto se plantea como un elemento fundamental para el éxito del restaurante, ya que garantiza una operación eficiente,

ordenada y con capacidad de respuesta ante el mercado objetivo, fortaleciendo así la competitividad del negocio dentro del sector de comidas rápidas en la ciudad de San Juan de Pasto.

5.5 Necesidades y requerimientos

Tabla 26 Descripción de equipo básico

Freidora industrial doble canasta	Detalle:	Can	Valor U	Valor T
	Capacidad: 2 canastas (doble tanque) • Material: Acero inoxidable • Capacidad aproximada: 12 a 16 litros • Termostato regulable de temperatura (60°C a 200°C) • Sistema de drenaje de aceite • Incluye canastillas metálicas resistentes • Encendido seguro y control de calor estable • Ideal para producción continua • ORIGEN: Nacional / Importada (según proveedor)		\$2.000.000	\$2.000.000
	Función:			

	Permite freír alimentos en grandes cantidades de manera rápida y uniforme. • Facilita la preparación de productos como papas a la francesa, empanizados, nuggets, patacones y acompañamientos. • Mejora la eficiencia del proceso productivo al mantener temperatura constante. • Reduce tiempos de espera y aumenta la capacidad de atención en horas pico.			
--	---	--	--	--

Plancha industrial a gas	Detalle:	Can	Valor U	Valor T
	• Superficie lisa • Material: acero inoxidable y plancha en hierro • Control de temperatura regulable • Bandeja recolectora de grasa • Ideal para hamburguesas, pollo, carnes y vegetales • ORIGEN: Nacional / Importada		\$1.600.000 amplia	\$1.600.000
	Función:			

	• Cocción rápida de proteínas para hamburguesas fusión y platos especiales. • Mejora sabor y presentación del producto final			
--	---	--	--	--

Nevera industrial vertical 1 puerta	Detalle:	Can	Val or U	Va lor T
	• Capacidad: 400 a 600 litros • Temperatura regulable (0°C a 8°C) • Bandejas ajustables • Refrigeración industrial • Conservación de carnes, salsas, quesos y vegetales • ORIGEN: Nacional / Importada	1	\$2.800.000	\$2.800.000
	Función:			
	• Mantener refrigerados insumos esenciales garantizando inocuidad. • Evitar pérdidas y desperdicios de materia prima			

Congelador horizontal tipo cofre	Detalle:	an	Val or U	Va lor T
----------------------------------	----------	----	-------------	-------------

	• Capacidad: 300 a 500 litros • Conservación bajo cero (hasta -18°C) • Bajo consumo energético relativo • Ideal para pollo, carne y productos congelados • ORIGEN: Nacional / Importada	1	\$1.600.000	\$1.600.000
	Función:			
	• Conservar proteínas y productos congelados para garantizar disponibilidad permanente. • Mantener inventario para producción continua.			

Campana extractora industrial	Detalle:	an	Val or U	Va lor T
	• Acero inoxidable • Filtros atrapagrasa removibles • Motor extractor (según proveedor) • Reducción de humo, olores y calor • Requerida para normas sanitarias • ORIGEN: Nacional	1	\$1.300.000	\$1.300.000
	Función:			

	• Mantener ventilación adecuada en cocina. • Reducir riesgos de acumulación de grasa y humo.			
--	---	--	--	--

Licuada industrial 2 litros	Detalle:	Can	Valor U	Valor T
	• Potencia alta para trabajo continuo • Vaso resistente de policarbonato o acero • Ideal para salsas, aderezos y jugos • Sistema de cuchillas reforzado • ORIGEN: Nacional / Importada)	1	\$450.000	\$450.000
	Función:			
	• Preparar salsas especiales (fusión), cremas, aderezos y bebidas. • Asegurar homogeneidad y calidad del producto.			

Horno eléctrico mediano	Detalle:	Can	Valor U	Valor T
	• Capacidad: 40 a 60 litros (aprox.) • Control de temperatura regulable • Ideal para gratinar, calentar pan, hornear y mantener calor • Bandejas internas incluidas • ORIGEN: Nacional / Importada	1	\$700.000	\$700.000

	Función:			
	• Dorar panes, gratinar productos y mejorar presentación final. • Mantener estándares de calidad y textura			

Mesa de trabajo acero inoxidable	Detalle:	Can	Valor U	Valor T
	• Material: acero inoxidable sanitario • Resistente a humedad y calor • Fácil limpieza • Área para preparación y armado de alimentos • ORIGEN: Nacional	1	\$450.000	\$450.000
	Función:			
	• Facilitar el armado de hamburguesas, wraps y combos. • Mantener higiene y orden en cocina			

Estantería metálica industrial	Detalle:	Can	Valor U	Valor T
--------------------------------	----------	-----	---------	---------

	- Resistente a peso 4 a 5 niveles - Organización de insumos secos (pan, empaques, salsas, condimentos) - ORIGEN: Nacional)	2	\$250.000	\$500.000
	Función:			
	- Almacenar insumos secos de manera ordenada y segura. - Evitar contaminación y facilitar inventario			

Sistema POS básico	Detalle:	an	Valor U	Valor T
	- Incluye software de ventas - Control de inventario básico - Reportes diarios y mensuales - Compatible con impresora de recibos - ORIGEN: Nacional	1	\$1.200.000	\$1.200.000
	Función:			
	- Registrar ventas y controlar ingresos. - Organizar pedidos y mejorar atención al cliente.			

Impresora térmica de recibos	Detalle:	Can	Valor U	Valor T
	• Impresión rápida • Bajo costo de operación • Compatible con sistema POS • ORIGEN: Importada		\$250.000	\$250.000
	Función:			
	• Emitir facturas y comandas de cocina. • Agilizar la entrega de pedidos.			

Selladora térmica manual	Detalle:	Can	Valor U	Valor T
	• Sellado rápido de bolsas y empaques • Ideal para domicilios • Mejora presentación y evita derrames • ORIGEN: Importada		\$180.000	\$180.000
	Función:			
	• Garantizar empaque seguro y presentación profesional. • Reducir riesgo de derrames en transporte.			

Kit utensilios de cocina industrial	Detalle:	Can	Valor U	Valor T
-------------------------------------	----------	-----	---------	---------

	• Cuchillos profesionales • Pinzas, espátulas, cucharones • Tablas de picar • Bowls metálicos • Recipientes para salsas • ORIGEN: Nacional / Importada		\$500.000	\$500.000
	Función:			
	• Apoyar preparación de alimentos, porcionado y armado. • Mantener eficiencia y orden en el proceso productivo.			

Balanza digital de cocina	Detalle:	Can	Valor U	Valor T
	• Capacidad: 5 a 30 kg • Alta precisión • Ideal para controlar porciones • ORIGEN: Importada	1	\$120.000	\$120.000
	Función:			
	• Controlar gramajes y porciones estandarizadas. • Reducir desperdicios y mejorar costos de producción.			

Lavadero industrial inoxidable	Detalle:	Can	Valor U	Valor T
--------------------------------	----------	-----	---------	---------

	• Lavaplatos de 1 o 2 pozos • Incluye escurridor • Fácil limpieza • Material sanitario resistente • ORIGEN: Nacional		\$550.000	\$550.000
	Función:			
	• Mantener higiene constante de utensilios y cocina. • Cumplimiento de normas sanitarias e inocuidad alimentaria			

Nota: Fuente propia

Necesidades del personal.

Mano de obra directa que se necesita es:

La mano de obra directa corresponde al personal que participa de manera inmediata en la elaboración, preparación, empaque y entrega de los productos alimenticios ofrecidos en el restaurante. Este personal es esencial para garantizar que los alimentos se elaboren bajo estándares de calidad, higiene, rapidez y presentación adecuada, aspectos indispensables para generar satisfacción en el cliente y lograr fidelización en el mercado.

La mano de obra directa requerida para el restaurante de comidas rápidas tipo fusión es la siguiente:

- Cocinero principal (Chef o jefe de cocina)
- Auxiliar de cocina
- Encargado de plancha y parrilla
- Encargado de frituras

- Encargado de salsas y preparación de ingredientes
- Empacador y despachador de pedidos
- Domiciliario (repartidor)

A continuación, se describe cada uno de estos cargos:

Cocinero principal (Chef o jefe de cocina)

El cocinero principal será el responsable directo de liderar el proceso de producción y preparación de los alimentos ofrecidos por el restaurante. Este cargo tiene un papel estratégico, ya que además de preparar los productos, debe garantizar que se cumpla el estándar de sabor, textura, presentación y porciones establecidas en el menú tipo fusión.

Dentro de sus principales funciones se encuentran: supervisar la correcta manipulación de los alimentos, controlar el cumplimiento de recetas base, coordinar la preparación de las proteínas, definir la secuencia de producción en horas pico, asegurar el cumplimiento de normas sanitarias y dirigir al equipo operativo de cocina para lograr eficiencia.

Asimismo, debe estar capacitado para implementar técnicas culinarias que permitan diferenciar el producto en el mercado, combinando ingredientes tradicionales con presentaciones modernas, manteniendo siempre la identidad del restaurante. También será responsable de informar oportunamente al administrador sobre necesidades de materia prima, insumos faltantes y control de desperdicios.

Auxiliar de cocina

El auxiliar de cocina será el encargado de apoyar los procesos previos y complementarios de producción, asegurando que la cocina funcione con fluidez y orden. Este cargo es indispensable para mantener la continuidad en la preparación de alimentos, especialmente en horarios de alta demanda.

Entre sus funciones se incluyen: lavado y desinfección de vegetales, preparación de ingredientes base, organización del área de trabajo, apoyo en el armado de productos, limpieza constante de utensilios y control del orden en almacenamiento de insumos.

El auxiliar también deberá apoyar la reposición de productos ya preparados, como papas, vegetales cortados, salsas o empaques, con el fin de garantizar rapidez en la entrega del pedido al cliente.

Encargado de plancha y parrilla

Este colaborador es quien ejecuta la cocción principal de proteínas como carne, pollo, cerdo, hamburguesas artesanales y productos que requieran plancha o parrilla industrial. Debido a que este proceso define en gran medida el sabor y la calidad final del producto, se requiere una persona con destreza, rapidez y conocimiento básico de cocción.

Sus responsabilidades incluyen controlar temperaturas, evitar contaminación cruzada, mantener limpieza en el área de plancha, cumplir con gramajes establecidos para cada porción y garantizar que el producto salga en el punto adecuado para su entrega.

Este cargo es clave para mantener la estandarización del producto, evitar devoluciones por mala cocción y asegurar consistencia en el servicio.

Encargado de frituras

El encargado de frituras se dedica a la preparación de alimentos que requieren freidora industrial, tales como papas fritas, empanizados, nuggets, alitas, acompañamientos especiales y productos complementarios del menú.

Sus funciones incluyen: control del aceite, cambio oportuno de aceite según estándares, manejo seguro de la freidora, organización de tiempos de fritura y control del producto final en términos de textura y temperatura.

Este cargo es esencial porque en los restaurantes de comida rápida el acompañamiento suele ser determinante para la satisfacción del cliente y para la presentación final del combo.

Encargado de salsas y preparación de ingredientes

En un restaurante tipo fusión, las salsas, aderezos y combinaciones especiales representan una ventaja competitiva, ya que son el elemento diferenciador frente a la competencia tradicional. Por lo tanto, se requiere un colaborador encargado de preparar, dosificar y almacenar adecuadamente las salsas artesanales del restaurante.

Sus funciones principales son: preparar recetas estandarizadas, mantener control sanitario, rotular productos por fecha de elaboración, almacenar en refrigeración, garantizar textura uniforme y evitar desperdicios. Además, apoya en la preparación de toppings, ensaladas, vegetales y elementos de acompañamiento.

Este cargo fortalece la identidad del restaurante y permite ofrecer productos innovadores que generen recordación de marca.

Empacador y despachador de pedidos

Este cargo es fundamental debido al alto nivel de pedidos para consumo en el local y especialmente para domicilios. Su función consiste en verificar el pedido, organizar el empaque, garantizar presentación estética y confirmar que el cliente reciba exactamente lo solicitado.

Entre sus funciones se incluyen: revisar comandas, organizar los productos en empaques biodegradables, sellar bolsas, agregar servilletas, cubiertos, salsas adicionales y asegurar que el pedido esté completo antes de su entrega.

El empacador debe ser rápido y detallista, ya que un error en el despacho puede generar inconformidad, pérdida de clientes y mala reputación en redes sociales.

Domiciliario (repartidor)

El domiciliario es responsable de transportar el producto final hasta el cliente, asegurando que llegue en óptimas condiciones, en el menor tiempo posible y con adecuada presentación. Debido al crecimiento del consumo por delivery en la ciudad de Pasto, este cargo se convierte en un elemento estratégico para incrementar ventas.

Sus funciones principales son: realizar entregas oportunas, manejar el dinero cuando sea necesario, conservar el pedido en bolsas térmicas, mantener buena presentación personal y ofrecer una atención cordial.

Este colaborador también representa la imagen del restaurante, ya que es el contacto final con el cliente y su servicio influye directamente en la satisfacción general.

Mano de obra indirecta

La mano de obra indirecta corresponde al personal que no participa directamente en la elaboración del producto, pero que es indispensable para garantizar la correcta administración, control financiero, atención al cliente, cumplimiento legal, promoción y sostenibilidad del restaurante.

Este personal permite que la empresa funcione de manera organizada, eficiente y con capacidad de crecimiento, evitando desorden administrativo, pérdidas económicas o fallas en el cumplimiento normativo.

La mano de obra indirecta requerida es la siguiente:

Administrador / Gerente general

- Contador (externo o por prestación de servicios)
- Auxiliar administrativo
- Cajero y atención al cliente

- Jefe de marketing y redes sociales
- Personal de limpieza y mantenimiento
- Encargado de compras e inventarios (almacenista)

A continuación, se describe cada cargo:

Administrador / Gerente general

El gerente general será el encargado de dirigir el restaurante en su totalidad, garantizando el cumplimiento de objetivos estratégicos, financieros y operativos. Este cargo es responsable de la toma de decisiones, la planeación de metas de ventas, la organización del personal y el control general del negocio.

Dentro de sus funciones se destacan: supervisar el funcionamiento de cocina y servicio, coordinar horarios de trabajo, realizar evaluaciones de desempeño, controlar inventarios generales, autorizar compras, gestionar proveedores y velar por el cumplimiento de normas sanitarias y legales.

Además, será quien lidere la implementación de estrategias de crecimiento, expansión del menú, alianzas comerciales y posicionamiento de la marca en el mercado de comidas rápidas tipo fusión en Pasto.

Contador

El contador tendrá la responsabilidad de llevar el control financiero del restaurante, registrar ingresos y egresos, realizar declaraciones tributarias, preparar informes contables y asegurar el cumplimiento legal frente a la DIAN y demás entidades.

Entre sus funciones principales se encuentran: elaboración de estados financieros, control de impuestos, asesoría en costos y precios de venta, cálculo de nómina y control de obligaciones laborales.

Este cargo puede ser contratado bajo modalidad externa, ya que muchas pequeñas empresas optan por servicios contables mensuales, lo cual reduce costos sin afectar el control financiero.

Auxiliar administrativo

El auxiliar administrativo cumple la función de apoyar las labores organizativas del gerente, facilitando el manejo documental, control de archivos, elaboración de reportes y gestión de proveedores.

Sus funciones incluyen: manejo de facturas, control de pagos, organización de órdenes de compra, control de inventarios administrativos y apoyo en la coordinación de actividades internas.

Este cargo es clave para mejorar la eficiencia del restaurante, evitando retrasos en pagos, falta de insumos y desorden en la documentación.

Cajero y atención al cliente

El cajero es el encargado de gestionar el proceso de ventas en el punto físico, recibir pagos, registrar pedidos en el sistema POS y garantizar una atención cordial y rápida al cliente.

Entre sus funciones se incluyen: manejo de dinero, control de facturación, atención presencial, solución de inquietudes básicas, toma de pedidos para consumo local y coordinación con cocina para asegurar entrega eficiente.

Este cargo es fundamental porque la atención al cliente influye directamente en la experiencia de compra, lo cual impacta en la fidelización y reputación del restaurante.

Jefe de marketing y redes sociales

En un restaurante de comidas rápidas tipo fusión, la presencia digital es esencial, debido a que gran parte de los clientes potenciales se captan a través de redes sociales como Facebook, Instagram, TikTok y WhatsApp Business.

Este cargo se encargará de planear campañas publicitarias, diseñar contenido digital, promocionar combos y lanzamientos, gestionar interacción con clientes y mejorar el posicionamiento de la marca.

Además, tendrá como responsabilidad el análisis de resultados de campañas, aumento de seguidores, generación de estrategias de fidelización y control de reputación digital mediante comentarios y reseñas.

Personal de limpieza y mantenimiento

El personal de limpieza es esencial para garantizar condiciones higiénicas adecuadas en cocina, comedor y áreas de almacenamiento. Este cargo permite cumplir con normas sanitarias, evitar contaminación y mantener un ambiente agradable para clientes y trabajadores.

Sus funciones incluyen: limpieza diaria de pisos, baños, cocina, utensilios de gran tamaño, control de residuos, desinfección de superficies y manejo adecuado de basuras.

Este cargo también contribuye directamente a la imagen del negocio, ya que un restaurante limpio genera confianza y credibilidad en los consumidores.

Encargado de compras e inventarios (almacenista)

El encargado de compras e inventarios será responsable de garantizar que el restaurante cuente con insumos suficientes para operar sin interrupciones. Este cargo controla el stock mínimo de materias primas como carnes, panes, vegetales, bebidas, empaques, salsas y productos de limpieza.

Entre sus funciones se destacan: recibir productos, revisar fechas de vencimiento, almacenar correctamente, controlar rotación de inventario, informar faltantes y solicitar compras con autorización del gerente.

Este cargo es clave para reducir pérdidas económicas por vencimientos o mala rotación, así como para evitar que el restaurante se quede sin productos en horarios de alta demanda.

En conclusión, el restaurante de comidas rápidas tipo fusión requiere un equipo de trabajo estructurado que permita cubrir adecuadamente tanto la producción como la atención al cliente y la administración del negocio. La mano de obra directa asegura la calidad y rapidez del servicio, mientras que la mano de obra indirecta garantiza la organización, control financiero, promoción y sostenibilidad del restaurante.

La correcta asignación de funciones permitirá que el proyecto opere de manera eficiente, competitiva y con altos estándares de calidad, lo cual aumentará las posibilidades de posicionamiento y crecimiento dentro del mercado gastronómico de San Juan de Pasto.

Necesidades de materia prima

Para el funcionamiento eficiente del restaurante de comidas rápidas tipo fusión, es indispensable garantizar el abastecimiento continuo de materia prima, debido a que este tipo de negocio depende directamente de la disponibilidad inmediata de insumos para cumplir con la rapidez del servicio, la estandarización del sabor y la satisfacción del cliente.

En este sentido, la materia prima representa un elemento estratégico, ya que influye directamente en la calidad del producto final, el control de costos, el rendimiento en porciones y la experiencia gastronómica que se desea ofrecer. Asimismo, al ser un restaurante

tipo fusión, se requiere la combinación de ingredientes tradicionales con insumos innovadores y salsas especiales que diferencien el producto frente a la competencia.

Por lo tanto, para mantener la estabilidad operativa del negocio, se determina que la empresa debe contar con materias primas clasificadas en categorías, permitiendo un mejor control de inventarios, almacenamiento adecuado y reducción de desperdicios.

a) Materia prima principal (proteínas y bases del menú)

Esta categoría incluye los insumos fundamentales del producto, ya que constituyen el ingrediente central de hamburguesas, wraps, bowls y combos tipo fusión. Entre los principales se encuentran:

- Carne molida de res (hamburguesa artesanal)
- Pechuga de pollo (filetes y pollo crispy)
- Carne desmechada (para opciones fusión)
- Chorizo o longaniza artesanal (complementos y combinaciones)
- Tocineta (para hamburguesas premium)
- Quesos (cheddar, mozzarella y queso doble crema)
- Huevos (para productos especiales y combos tipo brunch fusión)

Estos insumos deben cumplir con normas de higiene, refrigeración y rotación constante, debido a que son productos perecederos de alta sensibilidad sanitaria.

b) Insumos complementarios (panadería y harinas)

Los productos de panadería representan la base estructural del producto final, especialmente en hamburguesas y wraps. Se considera indispensable contar con:

- Pan artesanal tipo brioche
- Pan tradicional para hamburguesa
- Tortillas para wraps

- Pan tajado o pan baguette para opciones especiales
- Harina y pan rallado (para apanados y preparaciones crispy)

Se recomienda trabajar con proveedores locales para garantizar frescura, disponibilidad diaria y reducción de costos logísticos.

c) Vegetales y acompañamientos frescos

Estos ingredientes son esenciales para aportar frescura, balance nutricional y presentación atractiva a los productos. Entre los principales se encuentran:

- Lechuga crespa
- Tomate
- Cebolla blanca y cebolla morada
- Pepinillos
- Zanahoria y repollo (ensaladas)
- Aguacate (productos premium)
- Limón, cilantro y otros condimentos frescos
- Papas (papas a la francesa y papas criollas)

Estos productos requieren control permanente, debido a que la calidad visual y el sabor influyen directamente en la percepción del cliente.

d) Salsas y aderezos fusión (factor diferenciador del negocio)

Al tratarse de un restaurante tipo fusión, las salsas y combinaciones de sabores representan el principal valor agregado. Por ello, se requiere contar con ingredientes para elaborar recetas propias como:

- Mayonesa artesanal
- Salsa tártara
- Salsa BBQ

- Salsa de ajo
- Salsa de la casa (especial fusión)
- Salsas picantes (ají y chipotle)
- Salsa de miel mostaza
- Salsa de queso cheddar
- Salsa teriyaki o soya (para opciones fusión asiática)
- Especias y condimentos especiales

Estas salsas deben elaborarse bajo estándares de preparación e higiene, manteniendo porciones definidas para evitar desperdicios y asegurar uniformidad en cada pedido.

e) Bebidas y productos de consumo rápido

Como parte del servicio integral y la estrategia de combos, el negocio debe contar con bebidas para acompañamiento, tales como:

- Gaseosas
- Jugos envasados o naturales
- Agua embotellada
- Té frío o bebidas energizantes según demanda del mercado

Estos productos se manejan como inventario de alta rotación y permiten incrementar el promedio del cliente.

f) Empaques y material de servicio (materia prima indirecta esencial)

En el negocio de comida rápida, los empaques son indispensables, especialmente por la tendencia de domicilios y pedidos para llevar. Se consideran necesarios:

- Cajas para hamburguesas
- Bolsas kraft y bolsas plásticas
- Vasos y tapas

- Pitillos biodegradables
- Envases para salsas
- Bandejas desechables
- Servilletas y papel absorbente
- Guantes y gorros desechables
- Papel aluminio y papel parafinado

Se recomienda el uso de empaques biodegradables, ya que esto fortalece la imagen corporativa y responde a las tendencias actuales de consumo responsable.

En conclusión, la materia prima para el restaurante de comidas rápidas tipo fusión debe ser gestionada con planificación y control, debido a que el éxito del negocio depende de mantener disponibilidad inmediata de insumos, garantizar frescura, estandarizar el sabor y reducir pérdidas por caducidad o mal almacenamiento.

Por lo anterior, se considera necesario implementar un sistema de inventarios por rotación (PEPS) y establecer acuerdos con proveedores confiables que aseguren entregas frecuentes, especialmente para proteínas, vegetales y panadería, con el fin de mantener la continuidad operativa y la satisfacción del cliente.

5.6 Plan de Producción u Operación

Con el fin de satisfacer las necesidades del mercado objetivo de manera eficiente, el restaurante de comidas rápidas tipo fusión implementará un plan de producción y operación estructurado, orientado a garantizar altos estándares de calidad, rapidez en el servicio, higiene y adecuada presentación de los productos.

Este plan se desarrollará en la ciudad de **San Juan de Pasto**, teniendo en cuenta la demanda proyectada, la capacidad instalada del negocio y los recursos disponibles, permitiendo organizar de manera eficiente los procesos productivos y operativos.

En este tipo de establecimientos, la operación no se limita únicamente a la preparación de alimentos, sino que involucra la coordinación de actividades como el abastecimiento de insumos, la estandarización de procesos, la organización del personal y la entrega oportuna de pedidos, factores determinantes para garantizar la satisfacción del cliente.

Por lo anterior, el restaurante operará bajo un sistema de producción basado en la demanda, ajustando diariamente la producción de acuerdo con el comportamiento del consumo, con el fin de evitar desperdicios y optimizar el uso de la materia prima.

Importancia del plan de producción

El plan de producción y operación es fundamental para el correcto funcionamiento del negocio, ya que permite:

- Controlar los tiempos de preparación y entrega de pedidos
- Estandarizar recetas y porciones
- Mantener la calidad constante del producto
- Reducir desperdicios de materia prima
- Optimizar el uso de equipos y recursos humanos
- Garantizar el cumplimiento de la demanda proyectada
- Mantener niveles adecuados de inventario

Adicionalmente, al tratarse de un restaurante tipo fusión, se requiere un control riguroso del proceso productivo para asegurar que cada preparación conserve su valor diferenciador en el mercado.

Capacidad operativa del proyecto

La capacidad operativa del restaurante está directamente relacionada con la capacidad instalada definida previamente, estimada en una producción diaria aproximada de **120 a 150 unidades**, dependiendo del flujo de clientes.

Esta capacidad está determinada por los siguientes elementos:

a) Equipos y maquinaria

El restaurante contará con equipos como parrilla, freidora, refrigeración, mesones de trabajo y sistemas de extracción, los cuales permiten mantener una producción constante, especialmente en horas de alta demanda.

b) Disponibilidad de materia prima

Se garantizará el abastecimiento continuo de insumos mediante un sistema de inventarios basado en el método PEPS (primero en entrar, primero en salir), asegurando frescura y evitando pérdidas.

c) Mano de obra

El proceso productivo será ejecutado por personal capacitado en áreas de cocina, atención al cliente y logística, permitiendo un flujo de trabajo eficiente.

Estrategia de producción

El restaurante implementará una estrategia de producción mixta:

1. Producción anticipada (mise en place)

Antes de la apertura se realizarán actividades como:

- Porcionado de carnes
- Preparación de salsas
- Lavado y desinfección de vegetales
- Organización de insumos

Esto permite agilizar la producción durante la jornada.

2. Producción bajo pedido

Los productos se prepararán al momento de la solicitud del cliente, garantizando frescura, calidad y mejor experiencia de consumo.

Planificación de la producción a cinco años

El plan de producción se proyecta a cinco años, considerando un crecimiento anual del **10%**, sustentado en:

- Posicionamiento de la marca
- Incremento de clientes frecuentes
- Uso de plataformas digitales
- Estrategias de marketing
- Tendencia creciente del consumo de comida rápida

Producción proyectada

Tabla 27 *Plan de producción proyectado a cinco años*

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Trimestre 1 (20%)	2.400	2.640	2.904	3.194	3.513
Trimestre 2 (25%)	3.000	3.300	3.630	3.993	4.392
Trimestre 3 (25%)	3.000	3.300	3.630	3.993	4.392
Trimestre 4 (30%)	3.600	3.960	4.356	4.792	5.271
Total anual	12.000	13.200	14.520	15.972	17.568

Nota. Fuente propia

Esta proyección se basa en el comportamiento del consumo durante el año, donde el último trimestre presenta mayor demanda debido a temporadas festivas y mayor flujo de clientes.

Organización operativa

El restaurante operará mediante tres turnos:

- **Turno 1:** Preparación y organización
- **Turno 2:** Producción y atención al cliente
- **Turno 3:** Domicilios, limpieza y cierre

Esto permite mantener continuidad en el servicio y control operativo.

Control de producción y calidad

Se implementarán mecanismos de control como:

- Estandarización de recetas
- Control de temperatura
- Supervisión de procesos
- Verificación de presentación
- Control de inventarios

Esto garantiza calidad constante en los productos.

Relación con el estudio financiero

El plan de producción influye directamente en:

- Costos de materia prima
- Gastos operativos
- Proyección de ingresos
- Flujo de caja
- Rentabilidad del negocio

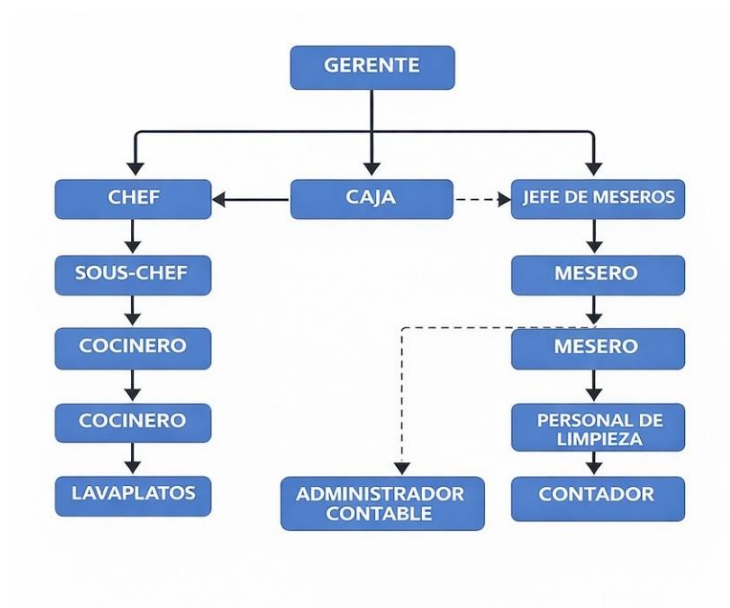
En conclusión, el plan de producción y operación permite estructurar de manera eficiente las actividades del restaurante, garantizando el cumplimiento de estándares de calidad, tiempos de atención y satisfacción del cliente en la ciudad de **San Juan de Pasto**.

Asimismo, constituye una herramienta estratégica que permite proyectar el crecimiento del negocio, optimizar recursos y asegurar la sostenibilidad del proyecto en el mediano y largo plazo.

6. Aspectos organizacionales

6.1 Estructura organizacional

Figura 25 Estructura organizacional



Nota: Fuente propia

6.2 Descripción de funciones

Para garantizar el adecuado funcionamiento del restaurante de comidas rápidas tipo fusión, se establece una distribución clara de responsabilidades y funciones para cada cargo definido dentro de la estructura organizacional. Esta descripción permite organizar las actividades diarias, optimizar los procesos operativos y administrativos, y asegurar el cumplimiento de los estándares de calidad, higiene, servicio al cliente y rentabilidad del negocio.

En este sentido, cada puesto cumple un papel fundamental dentro del sistema de operación, ya que un restaurante de este tipo requiere coordinación permanente entre las áreas de administración, producción (cocina) y atención al cliente. Por lo tanto, definir funciones específicas facilita la evaluación del desempeño, la asignación eficiente de tareas y el desarrollo de una cultura organizacional orientada a la calidad y satisfacción del cliente.

A continuación, se presentan las funciones detalladas de cada cargo establecido en la estructura organizacional:

Tabla 28 *Manual de Fusiones*

➤ ***Dueño / Propietario***

MANUAL DE FUNCIONES – FUSIÓN BITE	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	El dueño o propietario es la máxima autoridad dentro del restaurante, encargado de orientar la visión del negocio y supervisar que el proyecto cumpla con los objetivos estratégicos, económicos y comerciales.

Cargo	Dueño / Propietario
Zona de atención	Dirección general
Jefe inmediato	No aplica
DESCRIPCIÓN DEL CARGO	Dirigir y supervisar el funcionamiento general del restaurante, asegurando el cumplimiento de los objetivos estratégicos.
PERFIL DEL CARGO	Profesional en Administración o afines (deseable)
NIVEL EDUCATIVO	Profesional
EXPERIENCIA	Experiencia en gestión empresarial
COMPETENCIAS	Liderazgo, toma de decisiones, visión estratégica
FUNCIONES DEL CARGO	• Definir la misión, visión, valores y objetivos estratégicos del restaurante. • Tomar decisiones relacionadas con inversiones, ampliaciones, compra de maquinaria o cambios importantes en la operación. • Supervisar el rendimiento general del restaurante en términos de ventas, rentabilidad y crecimiento. • Aprobar presupuestos generales de compras, contratación de personal y gastos operativos. • Establecer políticas internas de funcionamiento y lineamientos de calidad.

	• Gestionar alianzas estratégicas con proveedores, empresas, marcas locales o entidades de apoyo al emprendimiento. • Revisar informes financieros y operativos para evaluar el desempeño del negocio. • Autorizar la implementación de nuevas estrategias de marketing, promociones y mejoras del servicio. • Representar al restaurante ante entidades legales, cámaras de comercio, proveedores y terceros.
SALARIO	Según utilidades
TIPO DE CONTRATO	Propietario
UNIFORME	Ropa formal o semiformal
RESPONSABILIDAD CLAVE	Garantizar la sostenibilidad económica del negocio y su proyección a largo plazo en el mercado local.

➤ *Administrador / Contador*

MANUAL DE FUNCIONES – FUSIÓN BITE	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	Este cargo cumple un papel esencial en el control administrativo y financiero del restaurante. Puede ser desempeñado por una sola persona o mediante contratación externa dependiendo del tamaño del negocio.
Cargo	Administrador / Contador
Zona de atención	Área financiera

Jefe inmediato	Gerente
DESCRIPCIÓN DEL CARGO	Gestionar recursos financieros del restaurante.
PERFIL DEL CARGO	Profesional o técnico en contabilidad
NIVEL EDUCATIVO	Técnico / Profesional
EXPERIENCIA	1-2 años
COMPETENCIAS	Análisis financiero
FUNCIONES DEL CARGO	• Elaborar y llevar el control contable y financiero de la empresa. • Registrar ingresos y egresos diarios (ventas, compras, pagos de nómina, servicios, impuestos). • Realizar reportes mensuales de estados financieros (estado de resultados, balance general, flujo de caja). • Gestionar el pago oportuno de obligaciones tributarias y legales. • Controlar el inventario y verificar la rotación de insumos, evitando pérdidas por vencimiento o mala conservación. • Realizar el cálculo de costos de producción por plato o combo para establecer precios competitivos. • Apoyar en la elaboración del presupuesto anual del restaurante. • Administrar la nómina, prestaciones sociales y pagos de seguridad social del personal. • Controlar facturación, pagos a proveedores y obligaciones pendientes.

	• Apoyar al gerente en la toma de decisiones financieras y de inversión.
SALARIO	\$2.400.000 – \$2.700.000
TIPO DE CONTRATO	Fijo
UNIFORME	Ropa formal
RESPONSABILIDAD CLAVE	Mantener el orden financiero y contable, garantizando transparencia y control en los recursos económicos

➤ *Gerente General*

MANUAL DE FUNCIONES – FUSIÓN BITE	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	El gerente es el responsable directo de la administración diaria del restaurante y su correcta operación. Este cargo coordina todas las áreas y supervisa el desempeño del personal.
Cargo	Gerente General
Zona de atención	Área administrativa y operativa
Jefe inmediato	Propietario
DESCRIPCIÓN DEL CARGO	Coordinar la operación del restaurante garantizando eficiencia y calidad.
PERFIL DEL CARGO	Profesional en Administración
NIVEL EDUCATIVO	Profesional
EXPERIENCIA	2 años
COMPETENCIAS	Liderazgo, organización

FUNCIONES DEL CARGO	• Coordinar y supervisar el funcionamiento general del restaurante. • Planificar horarios y turnos de trabajo del personal operativo. • Supervisar el cumplimiento de normas de higiene, manipulación de alimentos y buenas prácticas sanitarias. • Controlar el inventario de insumos y coordinar compras necesarias junto con el administrador. • Supervisar el cumplimiento de metas de ventas y servicio al cliente. • Atender reclamos o sugerencias de los clientes, garantizando solución inmediata. • Evaluar el desempeño del personal y aplicar correctivos cuando sea necesario. • Realizar reuniones periódicas con el chef y jefe de meseros para optimizar procesos. • Implementar estrategias de mejora continua para elevar la calidad del producto y servicio. • Coordinar campañas promocionales y estrategias de marketing. • Garantizar el correcto uso de equipos y maquinaria del restaurante.
----------------------------	--

	• Velar por el cumplimiento de los procedimientos operativos establecidos.
SALARIO	\$2.000.000 – \$2.500.000
TIPO DE CONTRATO	Indefinido
UNIFORME	Ropa formal
RESPONSABILIDAD CLAVE	Hay que asegurar que el restaurante funcione de manera eficiente, rentable y organizada.

➤ *Cajero*

MANUAL DE FUNCIONES – FUSIÓN BITE	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	El cargo de caja es fundamental en la gestión de ingresos del restaurante y en el control del flujo diario de efectivo y pagos electrónicos.
Cargo	Cajero
Zona de atención	Caja
Jefe inmediato	Gerente
DESCRIPCIÓN DEL CARGO	Gestionar pagos y control de ventas.
PERFIL DEL CARGO	Bachiller
NIVEL EDUCATIVO	Bachiller
EXPERIENCIA	1 año
COMPETENCIAS	Atención al cliente

FUNCIONES DEL CARGO	• Registrar correctamente las ventas diarias realizadas en el restaurante. • Manejar pagos en efectivo, tarjeta, transferencias y plataformas digitales. • Emitir facturas o comprobantes según las normas legales vigentes. • Realizar cierre de caja diario, verificando que cuadren los ingresos con los reportes de ventas. • Informar al gerente sobre diferencias o inconsistencias en la caja. • Mantener orden y organización en el sistema de ventas. • Apoyar en la recepción de pedidos para llevar y domicilios. • Gestionar propinas y distribución de acuerdo con políticas internas. • Brindar atención amable y rápida a los clientes durante el proceso de pago.
SALARIO	\$1.300.000 – \$ 2.000.000
TIPO DE CONTRATO	Fijo
UNIFORME	Uniforme del restaurante
RESPONSABILIDAD CLAVE	Garantizar un manejo transparente del dinero y control preciso de las ventas.

➤ *Chef Ejecutivo*

MANUAL DE FUNCIONES – FUSIÓN BITE	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	El chef ejecutivo es el líder principal del área de cocina, encargado de la preparación de productos, control de calidad gastronómica y estandarización de recetas.
Cargo	Chef Ejecutivo
Zona de atención	Cocina
Jefe inmediato	Gerente
DESCRIPCIÓN DEL CARGO	Dirigir la cocina y garantizar calidad.
PERFIL DEL CARGO	Profesional en gastronomía
NIVEL EDUCATIVO	Técnico / Profesional
EXPERIENCIA	2 años
COMPETENCIAS	Liderazgo, creatividad
FUNCIONES DEL CARGO	• Diseñar, mejorar e innovar el menú del restaurante con enfoque de comida rápida tipo fusión. • Establecer recetas estandarizadas para garantizar uniformidad en sabor, presentación y porciones. • Supervisar la preparación de los alimentos y el cumplimiento de estándares de calidad. • Controlar que los productos cumplan con los tiempos de preparación establecidos.

	• Coordinar al equipo de cocina (sous-chef, cocineros, ayudantes y lavaplatos). • Verificar que se cumplan normas de higiene, BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) y manipulación de alimentos. • Realizar control del uso de materias primas para evitar desperdicios. • Supervisar la correcta conservación de alimentos en refrigeración y congelación. • Coordinar con el gerente la solicitud de compras de insumos. • Implementar estrategias para mejorar la productividad en cocina. • Capacitar al personal nuevo sobre técnicas de preparación y procesos internos.
SALARIO	\$1.800.000 – \$2.500.000
TIPO DE CONTRATO	Indefinido
UNIFORME	Uniforme de cocina
RESPONSABILIDAD	Garantizar la calidad gastronómica y la identidad del
CLAVE	restaurante tipo fusión.

➤ *Sous-Chef*

MANUAL DE FUNCIONES – FUSIÓN BITE	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	El sous-chef es el apoyo directo del chef ejecutivo y se encarga de supervisar parte de la operación en cocina, especialmente en horas pico.
Cargo	Sous-Chef
Zona de atención	Cocina
Jefe inmediato	Chef
DESCRIPCIÓN DEL CARGO	Apoyar operación de cocina.
FUNCIONES DEL CARGO	• Apoyar al chef en la preparación de alimentos y organización de la cocina. • Supervisar la producción diaria cuando el chef no se encuentre presente. • Verificar que los ingredientes estén listos para el servicio (mise en place). • Controlar la correcta preparación de salsas, toppings y productos base. • Supervisar el cumplimiento de tiempos de preparación para evitar retrasos. • Coordinar al equipo de cocina en turnos de alta demanda. • Controlar el inventario interno de cocina (porciones, ingredientes, congelados).

	• Apoyar en la recepción de insumos y verificación de calidad. • Mantener el orden, limpieza y desinfección del área de cocina.
SALARIO	\$1.800.000 – \$2.500.000
TIPO DE CONTRATO	Fijo
UNIFORME	Cocina
RESPONSABILIDAD CLAVE	Mantener el ritmo operativo de cocina y asegurar eficiencia en la producción.

➤ *Cocinero*

MANUAL DE FUNCIONES – FUSIÓN BITE	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	El cocinero es el encargado de la preparación directa de los productos que se ofrecen en el restaurante, siguiendo recetas estandarizadas.
Cargo	Cocinero
FUNCIONES DEL CARGO	• Preparar alimentos según las recetas definidas por el chef. • Realizar cocción de carnes, pollo, hamburguesas, wraps, papas y demás productos. • Controlar el punto de cocción y la presentación del producto final.

	• Mantener el área de trabajo limpia y organizada. • Apoyar en el alistamiento de ingredientes y preparación de mise en place. • Utilizar correctamente equipos como freidoras, planchas, parrillas y hornos. • Cumplir estrictamente con normas de higiene y manipulación de alimentos. • Informar al chef o sous-chef sobre faltantes de insumos. • Controlar porciones para evitar desperdicios y asegurar costos adecuados. • Apoyar en el empaque y presentación final de productos para domicilios.
SALARIO	\$1.500.000 a \$ 2.100.000
TIPO DE CONTRATO	Fijo
RESPONSABILIDAD	Preparar productos de alta calidad en tiempos cortos,
CLAVE	cumpliendo con estándares del restaurante.

➤ *Lavaplatos*

MANUAL DE FUNCIONES – FUSIÓN BITE	
--	--

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	El lavaplatos es un cargo fundamental para mantener la higiene, limpieza y disponibilidad de utensilios y equipos en cocina.
Cargo	Lavaplatos
FUNCIONES DEL CARGO	• Lavar platos, ollas, sartenes, bandejas y utensilios utilizados en cocina. • Mantener el área de lavado organizada y desinfectada. • Separar residuos y basuras según normas de manejo ambiental. • Apoyar en la limpieza de superficies, pisos y paredes de cocina. • Realizar limpieza profunda al finalizar el turno. • Controlar el uso adecuado de detergentes y desinfectantes. • Apoyar al cocinero en actividades básicas como transporte de insumos o almacenamiento. • Garantizar disponibilidad constante de utensilios para evitar retrasos en producción.
SALARIO	\$1.750.905
TIPO DE CONTRATO	Fijo
RESPONSABILIDAD CLAVE	Mantener el restaurante en condiciones higiénicas y operativas, asegurando continuidad en cocina.

➤ *Jefe de Meseros*

MANUAL DE FUNCIONES – FUSIÓN BITE	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	El jefe de meseros es el responsable del área de atención al cliente y servicio en sala. Su rol es clave para garantizar una experiencia positiva.
Cargo	Jefe de Meseros
FUNCIONES DEL CARGO	• Coordinar el trabajo de los meseros durante los turnos. • Supervisar que los pedidos se entreguen correctamente y en el tiempo adecuado. • Controlar la presentación del personal y el cumplimiento de normas de atención. • Organizar la distribución de mesas y asignación de áreas de servicio. • Atender reclamos de clientes y reportarlos al gerente. • Supervisar que las mesas estén limpias y listas para recibir clientes. • Coordinar con cocina para evitar errores en pedidos. • Capacitar al personal de servicio sobre protocolo, atención y venta sugerida. • Apoyar en el manejo de reservas o eventos internos. • Supervisar el uso correcto de uniformes y presentación personal.

SALARIO	\$1.400.000
TIPO DE CONTRATO	Termino fijo
RESPONSABILIDAD CLAVE	Asegurar un servicio eficiente, amable y organizado en el restaurante.

➤ *Mesero*

MANUAL DE FUNCIONES – FUSIÓN BITE	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	El mesero cumple un papel directo en la experiencia del cliente, ya que es quien representa el servicio y atención de la empresa.
Cargo	Mesero
FUNCIONES DEL CARGO	• Recibir al cliente con amabilidad y orientarlo en el menú. • Tomar pedidos correctamente y comunicarlos a cocina o caja. • Sugerir productos, combos o promociones para aumentar ventas. • Servir alimentos y bebidas garantizando higiene y buena presentación. • Verificar la satisfacción del cliente durante su permanencia. • Mantener mesas limpias y organizadas.

	• Realizar labores de limpieza básica en el área de comedor. • Apoyar en el orden del salón, organización de sillas y decoración. • Informar al jefe de meseros sobre inconvenientes o necesidades del cliente. • Promover el uso de redes sociales, domicilios o promociones del restaurante.
SALARIO	\$1.300.000 + propinas
TIPO DE CONTRATO	Termino Fijo
RESPONSABILIDAD CLAVE	Brindar un servicio rápido, cordial y eficiente, fortaleciendo la fidelización del cliente.

➤ *Personal de Limpieza*

MANUAL DE FUNCIONES – FUSIÓN BITE	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	El personal de limpieza se encarga de mantener condiciones óptimas de higiene y presentación en todo el restaurante, incluyendo áreas comunes, baños y cocina.
Cargo	Limpieza
FUNCIONES DEL CARGO	• Realizar limpieza general del restaurante antes, durante y después de la jornada. • Desinfectar baños, lavamanos y áreas de alto contacto.

	• Mantener pisos limpios y secos para evitar accidentes. • Limpiar ventanas, paredes, mesas, sillas y áreas de comedor. • Apoyar en la disposición adecuada de residuos y reciclaje. • Controlar inventario básico de insumos de aseo (papel, jabón, desinfectantes). • Cumplir con protocolos de bioseguridad e higiene alimentaria. • Apoyar en limpieza profunda semanal del establecimiento. • Informar al gerente sobre daños o necesidades de mantenimiento.
SALARIO	\$1.300.000
TIPO DE CONTRATO	Termino Fijo
RESPONSABILIDAD CLAVE	Mantener el restaurante en condiciones higiénicas y seguras, fortaleciendo la imagen y confianza del cliente.

Nota: Fuente propia

La correcta definición de funciones dentro del restaurante de comidas rápidas tipo fusión permite organizar el trabajo de manera eficiente, garantizando una operación fluida y coordinada. Además, facilita el control administrativo, la estandarización del servicio, la optimización del tiempo de producción y la calidad en la atención al cliente, factores determinantes para el posicionamiento del restaurante en el mercado de San Juan de Pasto.

De esta forma, el restaurante contará con un equipo de trabajo estructurado, con responsabilidades claras y orientadas a cumplir los objetivos estratégicos del proyecto, lo cual incrementa la probabilidad de éxito y sostenibilidad del negocio.

6.3 Normatividad

6.3.1 Normatividad empresarial (constitución legal de la empresa)

La constitución legal de una empresa es un requisito indispensable para garantizar su formalidad, sostenibilidad y proyección empresarial. En Colombia, la legislación mercantil contempla diversas figuras jurídicas que permiten desarrollar actividades comerciales, sin embargo, una de las más apropiadas para emprendimientos gastronómicos de tamaño micro y pequeño es la Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S), regulada principalmente por la Ley 1258 de 2008.

La figura de la S.A.S se considera la más conveniente debido a su flexibilidad administrativa, su facilidad de constitución y la posibilidad de operar con uno o varios accionistas, permitiendo a los emprendedores estructurar su negocio de manera práctica sin incurrir en costos elevados o trámites complejos.

Para un restaurante de comidas rápidas tipo fusión, esta figura jurídica ofrece beneficios relevantes como la delimitación de responsabilidad de los socios, mayor facilidad para acceder a créditos y alianzas estratégicas, así como una organización interna adaptable a las necesidades del negocio.

CONSTITUCIÓN SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA

BITE (Restaurante de comidas rápidas tipo fusión)

Los suscritos, en calidad de accionistas constituyentes, declaran previamente al establecimiento y firma de los presentes estatutos, haber decidido constituir una sociedad por acciones simplificada denominada BITE, de nacionalidad colombiana, domiciliada en la ciudad de San Juan de Pasto, Departamento de Nariño, República de Colombia.

La sociedad se constituye con el propósito de desarrollar actividades económicas relacionadas con el sector gastronómico, especialmente enfocadas en la preparación, comercialización y venta de comidas rápidas bajo un concepto innovador de cocina tipo fusión, combinando ingredientes tradicionales de la región con tendencias culinarias contemporáneas.

La sociedad tendrá un término de duración indefinido, iniciando operaciones a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil ante la Cámara de Comercio de Pasto. Para efectos de su constitución, se define un capital suscrito inicial acorde a la proyección financiera del negocio, dividido en acciones nominativas de valor nominal, las cuales han sido debidamente liberadas por los accionistas mediante los aportes correspondientes.

Una vez formulada la declaración que antecede, los accionistas han establecido los estatutos que regirán la organización interna de la sociedad, su funcionamiento administrativo, su estructura financiera y su marco de toma de decisiones.

ESTATUTOS

Capítulo I: Disposiciones Generales

Artículo 1º. Forma y denominación

La compañía que por este documento se constituye es una Sociedad por Acciones Simplificada, de naturaleza comercial, que se denominará BITE, regida por las cláusulas contenidas en los presentes estatutos, por la Ley 1258 de 2008, por el Código de Comercio y demás normas legales aplicables.

En todos los actos, documentos, contratos y comunicaciones dirigidas a terceros, la denominación social deberá estar siempre acompañada de la expresión “Sociedad por Acciones Simplificada” o sus siglas “S.A.S”.

Artículo 2°. Objeto social

La sociedad tendrá como objeto principal la prestación de servicios gastronómicos mediante la preparación, comercialización y venta de alimentos, especialmente en el segmento de comidas rápidas tipo fusión, incluyendo hamburguesas gourmet, hot dogs especiales, papas artesanales, wraps, bowls, bebidas frías y calientes, postres y demás productos alimenticios complementarios.

Así mismo, podrá realizar actividades conexas tales como:

- Servicio a domicilio (delivery) y ventas por plataformas digitales.
- Venta de productos alimenticios empacados o listos para consumir.
- Preparación de alimentos para eventos empresariales o sociales.
- Comercialización de bebidas no alcohólicas y productos derivados.
- Implementación de estrategias de marketing gastronómico y ventas digitales.
- Alianzas comerciales con proveedores y distribuidores de insumos alimenticios.

La sociedad podrá llevar a cabo todas las operaciones necesarias o complementarias para el cumplimiento de su objeto social, tanto en Colombia como en el extranjero, siempre dentro del marco de la legalidad vigente.

Artículo 3°. Domicilio

El domicilio principal de la sociedad será la ciudad de San Juan de Pasto – Nariño, pudiendo establecer sucursales, agencias o puntos de venta adicionales en cualquier parte del territorio nacional o internacional por decisión de la asamblea general de accionistas.

Artículo 4°. Término de duración

El término de duración de la sociedad será indefinido, contado a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil.

Importancia empresarial de constituirse como S.A.S en gastronomía

La constitución del restaurante bajo esta figura representa un aspecto clave porque:

- Genera respaldo legal ante proveedores, clientes y entidades financieras.
- Facilita el acceso a créditos bancarios o apoyos institucionales.
- Permite contratación formal de empleados y cumplimiento laboral.
- Disminuye riesgos legales, pues delimita la responsabilidad de los socios.
- Mejora la confianza del consumidor y fortalece la imagen de marca.

En conclusión, la figura S.A.S se adapta de forma eficiente a las necesidades del sector gastronómico, permitiendo operar con estabilidad y formalidad, factores esenciales para la aceptación y crecimiento del negocio.

6.3.2 Normatividad tributaria

La normatividad tributaria constituye un eje fundamental en el funcionamiento de cualquier empresa, debido a que regula el cumplimiento de obligaciones fiscales ante el Estado colombiano. En el caso del restaurante de comidas rápidas tipo fusión, la correcta aplicación de las normas tributarias es determinante para garantizar transparencia financiera, sostenibilidad económica y continuidad operativa, evitando sanciones por evasión o incumplimiento.

El primer paso para cumplir con la normatividad tributaria es la inscripción y actualización permanente en el Registro Único Tributario (RUT), administrado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), el cual permite identificar, ubicar y clasificar al contribuyente según su actividad económica y responsabilidades tributarias.

Registro Único Tributario (RUT)

El RUT es el mecanismo oficial que identifica a las personas naturales o jurídicas como contribuyentes y establece sus obligaciones frente a impuestos nacionales. Para que el restaurante pueda operar formalmente, debe:

Inscribirse en el RUT.

- Definir correctamente el código de actividad económica (CIU).
- Determinar responsabilidades tributarias (IVA, renta, retenciones, etc.).
- Mantener actualizado el domicilio fiscal, correo y datos de contacto.
- Según el Estatuto Tributario Colombiano, especialmente lo establecido en el artículo 555-2, el RUT es obligatorio para todos los contribuyentes y su omisión puede generar sanciones.

Obligaciones tributarias principales para un restaurante

Dentro de las responsabilidades más relevantes que un restaurante debe considerar se encuentran:

Impuesto sobre la Renta

El restaurante, al constituirse como sociedad, adquiere la obligación de presentar declaración de renta y pagar el impuesto correspondiente según su utilidad fiscal anual. La empresa debe realizar su contabilidad de acuerdo con la normatividad contable vigente y presentar los estados financieros correspondientes.

Impuesto sobre las Ventas (IVA)

En Colombia, los servicios de alimentos preparados pueden estar sujetos a IVA dependiendo de la naturaleza del establecimiento y su clasificación. Por ello, es indispensable realizar un análisis tributario con asesoría contable para determinar si el restaurante debe pertenecer al régimen responsable de IVA.

Retención en la Fuente (Rete Fuente)

La empresa puede ser agente retenedor cuando realice pagos a proveedores, empleados o contratistas. Esto implica que debe descontar porcentajes establecidos por la DIAN y consignarlos en los tiempos definidos.

Industria y Comercio (ICA)

Este es un impuesto municipal obligatorio para actividades comerciales. El restaurante deberá registrarse ante la Secretaría de Hacienda del municipio de Pasto y cumplir con el pago de ICA según sus ingresos.

Facturación electrónica

En la actualidad, la DIAN exige la implementación de facturación electrónica para la mayoría de los contribuyentes. Por tanto, el restaurante debe cumplir con:

- Software autorizado
- Numeración de facturación
- Resolución DIAN
- Reportes periódicos

La facturación electrónica no solo es una obligación legal, sino que también representa una ventaja para la gestión financiera del negocio.

Importancia estratégica del cumplimiento tributario

- El cumplimiento tributario permite al restaurante:
- Operar legalmente sin riesgos de sanciones o cierres.
- Acceder a créditos bancarios y programas de apoyo estatal.
- Participar en convocatorias y proyectos empresariales.
- Generar reputación empresarial sólida.
- Tener control financiero real para tomar decisiones estratégicas.

Por ello, el componente tributario se convierte en un elemento esencial dentro del plan de negocio. Además, no olvides que para seguir gozando de los beneficios del RST, debes cumplir también con las siguientes obligaciones:

- Estar al día con tus obligaciones tributarias de carácter nacional, departamental y municipal, y con tus obligaciones de pago de contribuciones al Sistema de Seguridad Social Integral, según lo previsto en el numeral 6 del artículo 905 del Estatuto Tributario.
- Efectuar el pago de los aportes al Sistema General de Pensiones antes de presentar el recibo electrónico del RTS, para la procedencia del descuento de que trata el parágrafo 4 del artículo 903 del Estatuto Tributario.
- Cumplir con los requisitos establecidos en el artículo 912 del Estatuto Tributario, en caso de aplicar el descuento tributario por ingresos recibidos a través de tarjetas de crédito, débito y otros mecanismos de pago electrónico.
- Presentar la declaración anual consolidada del RST y la del Impuesto Sobre las Ventas (IVA), en caso de ser responsables de este impuesto.
- Solicitar las facturas o documento equivalente a tus proveedores de bienes servicios, según las normas generales en materia tributaria, conforme a lo previsto en el inciso 3 del artículo 915 del Estatuto Tributario.
- Presentar la declaración anual consolidada del (IVA), como lo ordena el inciso 2 del artículo 915 del Estatuto Tributario, en caso de ser responsable de este impuesto.
- Las demás obligaciones establecidas en el Estatuto Tributario y el Decreto 1091 de 2020 reglamentario del RST.

6.3.3 Normatividad técnica (permisos, licencias, registros y requisitos de operación)

La normatividad técnica para un restaurante hace referencia al conjunto de permisos, licencias y requisitos que permiten operar de manera legal y segura, garantizando que el establecimiento cumpla con las condiciones exigidas en términos de salubridad, higiene, infraestructura, prevención de riesgos y derechos del consumidor.

En el caso de un restaurante de comidas rápidas tipo fusión, la normatividad técnica adquiere especial importancia porque se trabaja directamente con productos alimenticios, los cuales deben cumplir parámetros estrictos para evitar intoxicaciones, enfermedades transmitidas por alimentos y sanciones por incumplimiento sanitario.

Registro de marca (Superintendencia de Industria y Comercio - SIC)

Para proteger la identidad comercial del restaurante, se recomienda registrar la marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) mediante el sistema SIPI. El registro permite evitar plagios, proteger el nombre del negocio y garantizar exclusividad legal.

El proceso incluye:

- Verificación de antecedentes marcarios en SIPI.
- Clasificación internacional de Niza (clase 43 para servicios de restaurantes).
- Presentación formal de la solicitud.
- Pago de tarifas.
- Seguimiento a publicaciones y oposiciones.
- Resolución final de concesión del registro.

Este trámite fortalece la competitividad, dado que la marca representa el activo intangible más valioso del negocio.

Uso del suelo (POT - Alcaldía Municipal de Pasto)

Uno de los permisos más relevantes para la operación del restaurante es el concepto de uso del suelo, el cual determina si en el lugar seleccionado está permitido desarrollar actividad gastronómica, de acuerdo con el Plan de Ordenamiento Territorial (POT) del municipio.

Este trámite debe realizarse ante la Alcaldía de Pasto, permitiendo:

- Evitar clausuras por ubicación inadecuada.
- Garantizar cumplimiento urbanístico.
- Facilitar la expedición de permisos posteriores.

Este documento se convierte en un respaldo legal para el funcionamiento del establecimiento.

Concepto sanitario (Secretaría de Salud / INVIMA)

Los restaurantes están sujetos a inspección, vigilancia y control sanitario por parte de entidades de salud municipal o departamental. Se evalúan aspectos como:

- Manejo higiénico de alimentos.
- Cadena de frío y conservación.
- Condiciones de limpieza del local.
- Control de plagas.
- Disposición de residuos.
- Uso correcto de uniformes, guantes y tapabocas.

La normatividad sanitaria se basa en decretos y resoluciones nacionales que establecen los parámetros de seguridad alimentaria. El cumplimiento de estos requisitos es esencial para operar sin riesgos.

Certificado del Cuerpo de Bomberos (Seguridad humana y prevención de incendios)

El concepto técnico del Cuerpo Oficial de Bomberos es un requisito indispensable para certificar que el restaurante cuenta con condiciones mínimas de seguridad como:

- Extintores vigentes.
- Señalización de evacuación.
- Botiquín.
- Salidas de emergencia.
- Instalaciones eléctricas adecuadas.
- Plan de emergencias.

Este certificado debe renovarse periódicamente y representa una obligación legal fundamental, especialmente por el uso de cocinas industriales, gas y equipos eléctricos.

(Derechos de autor por reproducción musical)

Cuando un restaurante reproduce música o videos en su establecimiento, se considera comunicación pública de obras protegidas. Por ello, es necesario tramitar el permiso correspondiente con Sayco y Acinpro (OSA), quienes establecen tarifas según:

- Tamaño del establecimiento.
- Número de mesas.
- Tipo de música o ambientación.
- Uso comercial del contenido.

Cumplir con este requisito evita sanciones legales y permite operar sin inconvenientes relacionados con derechos de autor.

Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST)

En Colombia, todo empleador debe implementar el SG-SST, el cual busca prevenir accidentes laborales y enfermedades ocupacionales. En un restaurante este aspecto es altamente importante, debido a riesgos como:

- Cortes con cuchillos o maquinaria.
- Quemaduras por aceite o planchas.
- Caídas por superficies húmedas.
- Exposición a calor excesivo.
- Manejo de gas.
- Riesgos psicosociales por turnos extensos.
- El SG-SST está regulado por el Ministerio del Trabajo y requiere:
- Política de seguridad y salud en el trabajo.
- Identificación de peligros y evaluación de riesgos.
- Plan anual de trabajo.
- Capacitaciones obligatorias.
- Auditoría y mejora continua.
- Curso obligatorio de 50 horas.

El cumplimiento de este sistema protege tanto al empleador como a los trabajadores, reduce accidentes y mejora la productividad.

En conclusión, la normatividad técnica para un restaurante de comidas rápidas tipo fusión no solo se enfoca en permisos legales, sino también en garantizar que el establecimiento opere bajo estándares de calidad, higiene, seguridad y legalidad. Cumplir estos requisitos permite minimizar riesgos, aumentar la confianza del cliente y fortalecer la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

La normatividad empresarial, tributaria y técnica constituye un componente esencial en el plan de negocios del restaurante de comidas rápidas tipo fusión, ya que permite consolidar el emprendimiento dentro del marco legal colombiano. La constitución como S.A.S brinda respaldo jurídico y flexibilidad administrativa; la normatividad tributaria garantiza transparencia fiscal ante la DIAN y entidades municipales; y la normatividad técnica asegura que el restaurante cumpla condiciones sanitarias, de seguridad y de funcionamiento.

Todo esto no solo permite evitar sanciones y cierres, sino que fortalece la imagen del restaurante como un negocio confiable, competitivo y preparado para crecer en el mercado gastronómico de San Juan de Pasto.

6.3.4 Normatividad Laboral

En el desarrollo del estudio financiero del proyecto, se utilizaron diversas fuentes bibliográficas que permiten sustentar el análisis de viabilidad económica del restaurante de comidas rápidas tipo fusión en **San Juan de Pasto**.

En primer lugar, **Gabriel Baca Urbina**: establece que la evaluación financiera de proyectos debe apoyarse en herramientas como el flujo de caja, el Valor Presente Neto (VPN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), las cuales permiten determinar la rentabilidad de una inversión (Baca Urbina, 2013, p. 87).

En el presente proyecto, estos elementos se aplican para analizar la viabilidad económica del restaurante y establecer la recuperación de la inversión en el tiempo.

Por su parte, **Nassir Sapag Chain**: señala que la proyección de ingresos y costos es un componente fundamental en la formulación de proyectos, ya que permite estimar la sostenibilidad financiera del negocio (Sapag Chain, 2011, p. 142).

En este sentido, el proyecto incorpora esta metodología mediante la estimación de ventas basada en la demanda proyectada y la estructuración de costos fijos y variables.

Asimismo, **Lawrence Gitman** indica que la planificación financiera es esencial para la toma de decisiones empresariales, ya que permite organizar los recursos, controlar los costos y proyectar resultados económicos (Gitman, 2012, p. 55).

En el proyecto, este enfoque se refleja en la elaboración de presupuestos, el análisis del punto de equilibrio y la proyección del flujo de caja.

De igual manera, La gestión del talento humano del restaurante se rige por la normatividad laboral vigente en Colombia, especialmente lo establecido en el Código Sustantivo del Trabajo, el cual regula las relaciones laborales entre empleadores y trabajadores, garantizando condiciones justas, derechos y deberes para ambas partes.

En este sentido, el restaurante dará cumplimiento a las disposiciones relacionadas con el pago de prestaciones sociales, tales como prima de servicios, cesantías, intereses a las cesantías y vacaciones, así como la afiliación obligatoria de los trabajadores al sistema de seguridad social integral, que incluye salud, pensión y riesgos laborales (ARL), conforme a la legislación vigente..

Adicionalmente, se incorpora lo establecido en el Decreto 2351 de 1965 y sus modificaciones, el cual introduce reformas al régimen laboral colombiano, especialmente en lo relacionado con los contratos de trabajo, sus modalidades, terminación y condiciones de estabilidad laboral, aspectos fundamentales para la correcta vinculación del personal en el sector gastronómico.

Teniendo en cuenta que el restaurante de comidas rápidas tipo fusión prestará servicio en horarios extendidos, incluyendo jornadas nocturnas, se dará cumplimiento a la

normatividad vigente sobre jornada laboral, recargos nocturnos, trabajo suplementario (horas extras) y trabajo en días dominicales y festivos, conforme a lo establecido en la legislación laboral Colombiana. Esto garantiza una adecuada remuneración al personal y el respeto por sus derechos laborales.

De igual manera, se contempla la posibilidad de vinculación de personal mediante el contrato de aprendizaje del SENA, el cual permite la formación práctica de aprendices en áreas relacionadas con cocina, servicio al cliente y administración, contribuyendo al desarrollo de competencias laborales y al fortalecimiento del talento humano del restaurante, bajo las condiciones establecidas por la ley.

En conclusión, el restaurante garantizará el cumplimiento integral de la normatividad laboral vigente, promoviendo un ambiente de trabajo justo, seguro y acorde con las disposiciones legales aplicables al sector gastronómico.

6.3.5. Normatividad ambiental

El restaurante de comidas rápidas tipo fusión desarrollará sus actividades en cumplimiento de la normatividad ambiental vigente en Colombia, con el objetivo de prevenir, mitigar y controlar los impactos negativos que puedan generarse sobre el medio ambiente, especialmente en lo relacionado con la generación de residuos, vertimientos y uso de materiales de empaque.

En este sentido, el establecimiento dará cumplimiento a las disposiciones generales establecidas en la legislación ambiental colombiana, en cuanto al manejo adecuado de residuos sólidos, la disposición final de desechos, el control de vertimientos líquidos y la reducción de emisiones contaminantes, promoviendo prácticas sostenibles dentro de su operación diaria.

Respecto al manejo de residuos sólidos, el restaurante implementará un sistema de separación en la fuente, clasificando los residuos en orgánicos, reciclables y no aprovechables, conforme a las políticas de gestión integral de residuos sólidos. Esta práctica permitirá facilitar los procesos de reciclaje, reducir la cantidad de residuos enviados a disposición final y fomentar una cultura ambiental responsable tanto en el personal como en los clientes.

Adicionalmente, se dará cumplimiento a lo establecido en la Resolución 1407 de 2018, la cual regula la gestión ambiental de los residuos de envases y empaques. En este sentido, el restaurante promoverá el uso de empaques reciclables, biodegradables o reutilizables, especialmente en los servicios de domicilios, con el fin de reducir el impacto ambiental generado por el consumo de plásticos y otros materiales contaminantes. Asimismo, se fomentará la responsabilidad extendida del productor mediante la adecuada disposición de estos residuos.

De igual manera, se acatará lo dispuesto en la Ley 2232 de 2022, la cual establece medidas para la reducción gradual del uso de plásticos de un solo uso en el territorio nacional. En cumplimiento de esta norma, el restaurante implementará estrategias para sustituir progresivamente elementos plásticos como bolsas, pitillos, cubiertos y envases por alternativas sostenibles, tales como materiales biodegradables o comportables, contribuyendo así a la protección del medio ambiente y al cumplimiento de la regulación vigente.

En cuanto a los vertimientos, el restaurante garantizará que las aguas residuales generadas en los procesos de cocina y limpieza cumplan con los parámetros establecidos por la normatividad ambiental, evitando la contaminación de fuentes hídricas. Para ello, se

implementarán prácticas como el uso adecuado de trampas de grasa, control en el uso de detergentes y disposición adecuada de aceites usados.

Así mismo, en relación con las emisiones, se procurará el uso eficiente de equipos de cocina y sistemas de ventilación, con el fin de minimizar la generación de contaminantes al aire, contribuyendo a un ambiente saludable tanto para los trabajadores como para la comunidad.

Es importante destacar que estas acciones guardan coherencia con el capítulo 8.2 sobre incidencias ambientales del proyecto, ya que permiten identificar, controlar y mitigar los impactos derivados de la operación del restaurante, especialmente aquellos asociados al uso de empaques y generación de residuos.

En conclusión, el restaurante adoptará un enfoque de responsabilidad ambiental, integrando prácticas sostenibles en su modelo de negocio, cumpliendo con la normatividad vigente y contribuyendo al desarrollo sostenible del entorno, lo cual fortalece la viabilidad ambiental del proyecto.

7. Plan financiero

7.1 Estudio económico

En cuanto al aspecto financiero del plan de negocios, se analiza la viabilidad económica y financiera del proyecto con el fin de determinar si la creación del restaurante de comidas rápidas tipo fusión en la ciudad de San Juan de Pasto es rentable y sostenible en el tiempo. Este análisis financiero resulta fundamental, ya que permite identificar la inversión necesaria para iniciar operaciones, establecer la estructura de costos y gastos, proyectar ingresos futuros y evaluar la capacidad del negocio para generar utilidades.

El estudio económico integra toda la información recopilada en los estudios previos del proyecto, como el análisis de mercado, la segmentación del cliente, la estrategia de precios, el plan de producción u operación y la estructura organizacional, dado que cada una de estas variables influye directamente en el comportamiento financiero del negocio. Por ejemplo, el tipo de maquinaria adquirida, la cantidad de insumos requeridos, el número de empleados contratados y la capacidad instalada de producción determinan los costos operativos, mientras que el nivel de demanda y aceptación del mercado impacta directamente las ventas.

De esta manera, el estudio económico permite establecer los recursos financieros necesarios para poner en marcha el restaurante, considerando costos de inversión, costos de operación, gastos administrativos, gastos comerciales y capital de trabajo. Asimismo, este análisis facilita la identificación de posibles fuentes de financiamiento y la evaluación de la rentabilidad del proyecto, mediante herramientas como proyecciones de estados financieros, indicadores de rentabilidad y análisis de sostenibilidad económica.

Es importante destacar que el horizonte del proyecto se proyecta a cinco (5) años, ya que este periodo permite analizar el comportamiento financiero del restaurante en el corto y

mediano plazo, determinando su crecimiento esperado, su estabilidad operativa y su capacidad de generar beneficios económicos. Bajo esta proyección se construyen los estados financieros e indicadores necesarios para evaluar el desempeño del negocio, estableciendo así una base sólida para la toma de decisiones estratégicas.

7.1.1 Determinación de inversiones

La inversión inicial constituye uno de los aspectos más relevantes en la planificación financiera de un negocio, dado que representa el punto de partida para la operación y funcionamiento de este. Según la inversión inicial “comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles o diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa”. En este sentido, para la creación del restaurante de comidas rápidas tipo fusión se requiere una inversión significativa destinada a activos fijos, maquinaria, equipos de cocina industrial, mobiliario, adecuaciones del local y recursos destinados al capital de trabajo.

Por lo tanto, el restaurante asumirá una inversión inicial distribuida principalmente en tres componentes esenciales:

Activos fijos (tangibles): maquinaria de cocina, equipos de refrigeración, mobiliario, utensilios y herramientas de producción.

Activos diferidos o intangibles: registros legales, permisos, licencias, publicidad inicial, diseño de marca y desarrollo de imagen corporativa.

Capital de trabajo: recursos necesarios para garantizar la compra de materia prima inicial, pago de nómina, servicios públicos y demás gastos operativos en los primeros meses de funcionamiento.

En cuanto a los activos fijos, se contará con maquinaria y equipos necesarios para asegurar un proceso eficiente de preparación, cocción y ensamblaje de los productos

ofrecidos, tales como hamburguesas artesanales, wraps, papas especiales, bowls, tacos tipo fusión, salsas gourmet y bebidas complementarias. Estos equipos son fundamentales para garantizar la calidad del producto final, la rapidez en el servicio y el cumplimiento de estándares sanitarios y de inocuidad alimentaria, factores altamente exigidos en el sector gastronómico.

Además, debido a que el restaurante se enfoca en comida rápida, la eficiencia operativa es determinante, por lo cual la inversión en equipos industriales no debe verse como un gasto sino como un elemento estratégico que permite aumentar la productividad, mejorar la atención al cliente y reducir tiempos de preparación, fortaleciendo así la competitividad del negocio.

De esta manera, la inversión en maquinaria y equipo se convierte en un componente vital, ya que permitirá que la empresa opere con un flujo de producción constante, con capacidad para atender la demanda del mercado proyectado y garantizar productos con altos estándares de calidad. A continuación, se presenta la inversión estimada en maquinaria y equipo requerida para el funcionamiento del restaurante.

Tabla 29 *inversión en maquinaria y equipo*

MAQUINARIA Y EQUIPO						
No.	Detalle de inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo total	Vida Útil (años)	
1	Plancha industrial	1	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	10	
2	Freidora	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500. 000	10	
3	Nevera	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000. 000	8 - 10	

4	Congelador	1	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	8 - 10
5	Licuada industrial	1	\$ 500.000	\$ 500.000	3 - 5
6	Extractor de humo	1	\$1.200.000	\$1.200.000	5 - 8
7	Microondas	1	\$400.000	\$400.000	3 - 5
8	Caja registradora	1	\$600.000	\$600.000	5
	Utensilios		\$1.000.000	\$ 1.000.000	1
	Total			\$11.500.000	

Nota: Fuente propia

En muebles y enseres, que se necesitan para la organización de la empresa, se encuentra todo el mobiliario de acuerdo con la cantidad requerida dispuesta en el espacio del lugar, y conservando unión con lo previsto en el estudio técnico

Tabla 30 *Inversión en muebles y enseres*

No.	Detalle de inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo total	Vida Útil (años)
1	Mesas para clientes	4	\$ 300.000	\$ 1.200.000	5
2	Sillas para clientes tipo restaurante	16	\$ 80.000	\$ 1.280.000	5
3	Barra mostrador para atención y despacho	1	\$ 800.000	\$ 800.000	8
4	Estanterías	2	\$300.000	\$ 600.000	8
5	Canecas y elementos de aseo	2	\$ 150.000	\$ 300.000	7
6	Decoración básica	1	\$ 800.000	\$ 800.000	7
	TOTAL			\$ 4.980.000	

Nota: Fuente Propia

Con el propósito de garantizar un funcionamiento eficiente y ordenado del restaurante de comidas rápidas tipo fusión, se hace necesario realizar una inversión estratégica en muebles y enseres que permitan brindar comodidad al cliente, mejorar la organización interna y garantizar condiciones adecuadas de higiene, almacenamiento y atención. Estos elementos constituyen una base fundamental para el desarrollo operativo del negocio, debido a que influyen directamente en la experiencia del consumidor y en la productividad del personal.

La inversión en mesas y sillas es indispensable, ya que el restaurante contará con un espacio físico diseñado para atender clientes en modalidad presencial, permitiendo que el consumidor disfrute sus productos en un ambiente cómodo, limpio y agradable. De igual forma, el mostrador de atención, el mueble de caja y la vitrina exhibidora son esenciales, debido a que facilitan el proceso de servicio, permiten mejorar la presentación del menú y fortalecen la percepción de organización y profesionalismo del establecimiento.

Adicionalmente, se contempla mobiliario de almacenamiento como estanterías metálicas, gabinetes y repisas, ya que estos permiten clasificar adecuadamente los insumos alimenticios, empaques y utensilios, garantizando un flujo de trabajo más rápido y eficiente, disminuyendo el riesgo de contaminación cruzada y pérdidas por deterioro de productos. Asimismo, los elementos de señalización, lockers, archivadores y muebles administrativos son necesarios para asegurar el control interno, la correcta gestión documental y el cumplimiento de requisitos normativos en materia de seguridad y salud en el trabajo.

En conclusión, la inversión en muebles y enseres no solo responde a una necesidad operativa, sino que también fortalece la calidad del servicio, la imagen empresarial y la satisfacción del cliente, convirtiéndose en un componente esencial dentro del plan financiero y técnico del proyecto.

Tabla 31 *Equipo de oficina*

No.	Detalle de inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo total	Vida Útil (años)
1	Computador portátil	1	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	5
2	Impresora multifuncional	1	\$ 500.000	\$ 500.000	5
3	Software administrativo	1	\$ 500.000	\$ 500.000	1
4	Teléfono de celular empresarial	1	\$ 800.000	\$ 800.000	4
5	Papelería y útiles de oficina	1	\$ 300.000	\$ 300.000	1
	TOTAL			\$ 3.800.000	

Nota: Fuente propia

Se plantea otorgar dotaciones a los colaboradores una vez por semestre, es decir, dos veces al año. Estas dotaciones están previstas para los operarios de fábrica.

Tabla 32 *Dotaciones*

No.	Detalle de inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo total	Vida Útil (años)
1	Uniformes completos	3	\$ 150.000	\$ 450.000	1
2	Gorras	3	\$ 30.000	\$ 90.000	1
3	Calzado antideslizante	3	\$ 120.000	\$ 360.000	1
4	Elementos de bioseguridad (guantes, tapabocas, etc)	1	\$ 200.000	\$ 200.000	1
5	Delantales adicionales	3	\$ 50.000	\$ 150. 000	1
	TOTAL			\$1.250.000	

Nota: Fuente Propia

Para la inversión diferida, se hace necesario tener en cuenta los rubros necesarios de la formalización de la empresa, así como también el costo del presente plan de negocios, al igual que lo correspondiente a gastos de registro, documentos e impuestos.

Tabla 33 *Inversión diferida*

No.	Detalle de inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo total	Vida Útil (años)
1	Registro de cámara de comercio	1	\$ 150. 000	\$ 150.000	5
2	Registro del RUT DIAN	1	\$ 0	\$ 0	5
3	Permisos sanitarios	1	\$500.000	\$500.000	1
4	Licencia de funcionamiento	1	\$ 300.000	\$300.000	1
5	Diseño de marca (logro, imagen)	1	\$400.000	\$400.000	1
6	Publicidad inicial redes sociales y lanzamiento	1	\$ 800.000	\$ 800.000	1
7	Página web	1	\$ 350. 000	\$ 350. 000	1
	Total			\$2.500.000	

Nota: *Fuente propia*

En cuanto al capital de trabajo, se efectúa un cálculo mediante prorrateo de costo, es decir, se identifica un mes en el cual la empresa se demora para llevar a cabo la ejecución, y se calcula mediante la fórmula de Costos y Gastos * (1/12) para conocer el costo y gasto de ese mes, para que el negocio pueda empezar a funcionar.

Tabla 34 *Capital de trabajo*

Concepto	Valor mensual	3 meses
Arriendo del local	\$1.500.000	\$4.500.000
Servicios públicos	\$500.000	\$1.500.000

Nómina total del personal	\$13.440.000	\$40.320.000
Materia prima e insumos	\$3.000.000	\$9.000.000
Transportes y otros gastos	\$300.000	\$900.000
Total, capital de trabajo		\$56.220.000

Nota: Fuente propia

En cuanto al capital de trabajo, este se establece como un componente fundamental dentro de la inversión inicial del proyecto, ya que permite garantizar el funcionamiento del restaurante durante su etapa de arranque, antes de que el negocio genere ingresos suficientes para sostenerse por sí mismo.

El capital de trabajo corresponde a los recursos financieros necesarios para cubrir la operación del negocio en sus primeros meses, incluyendo necesidades de liquidez inmediata, adquisición de materia prima, pago de nómina, servicios públicos y demás gastos operativos.

En respuesta a la observación realizada, se ajustó el capital de trabajo a un valor de \$56.220.000 equivalente a tres (3) meses de operación, considerando este periodo como el estándar para proyectos de emprendimiento gastronómico en etapa inicial.

Este ajuste permite cubrir adecuadamente los costos esenciales del negocio, evitando sobreestimaciones y mejorando la viabilidad financiera del proyecto. Asimismo, fortalece la liquidez, reduce el riesgo financiero y garantiza la continuidad operativa durante la fase de posicionamiento en el mercado. Desde un enfoque gerencial, este nivel de capital de trabajo facilita una adecuada planificación financiera, permitiendo al negocio responder ante imprevistos y mantener estabilidad en sus primeros meses de funcionamiento, tales como la compra de insumos, pago de servicios, adquisición de empaques, gastos de limpieza, mantenimiento menor y cumplimiento de obligaciones laborales.

De acuerdo con la tabla presentada, se observa que la inversión inicial del restaurante se compone principalmente de la inversión en maquinaria y equipo, necesaria para garantizar una producción eficiente y de calidad. De igual manera, los muebles y enseres permiten adecuar el establecimiento de forma funcional y atractiva para el cliente. Por otra parte, los equipos de oficina facilitan la gestión administrativa y financiera del negocio, incluyendo procesos de facturación, control de inventarios y registro de ventas. Finalmente, la inversión diferida contempla los costos legales y administrativos requeridos para la formalización de la empresa y el cumplimiento de la normatividad vigente en Colombia.

Depreciación activos fijos

Como se puede evidenciar, dado que la evaluación financiera del proyecto se desarrolla para un periodo de 5 años, es necesario calcular la depreciación anual de los activos fijos adquiridos para la operación del restaurante de comidas rápidas tipo fusión. Esta depreciación representa la pérdida de valor de los activos por el uso, desgaste y paso del tiempo, permitiendo reflejar con mayor exactitud los costos reales del negocio.

Tabla 35 *Depreciación activos fijos*

Concepto	2026	2027	2028	2029	2030	Valor
Maquinaria y equipo	\$1.150.000	\$1.150.000	\$1.150.000	\$1.150.000	\$1.150.000	\$11.500.000
Muebles y enseres	\$996.000	\$996.000	\$996.000	\$996.000	\$996.000	\$ 4.980.000
Equipos de comunicación y cómputo	\$760.000	\$760.000	\$760.000	\$760.000	\$760.000	\$ 3.800.000
Total	\$2.906.000	\$2.906.000	\$2.906.000	\$2.906.000	\$2.906.000	\$20.280.000

Nota: Fuente propia

Al finalizar el periodo de evaluación financiera de cinco años, se evidencia que algunos activos, especialmente la maquinaria y equipo, no se deprecian completamente, debido a que su vida útil es superior al periodo analizado.

El valor de salvamento, también conocido como valor residual, corresponde al valor estimado que se espera recuperar al final de la vida útil del activo, ya sea mediante su venta, reutilización o reposición. Este valor representa la parte del costo del activo que no se deprecia durante el periodo evaluado.

Tabla 36 *Amortización de activos diferidos*

Inversión diferida x N° años = \$

Concepto	2026	2027	2028	2029	2030
Inversión diferida	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000

Nota: Fuente propia

En relación con los activos diferidos, estos corresponden a los costos necesarios para la formalización y puesta en marcha del restaurante de comidas rápidas tipo fusión, tales como trámites legales, registros, permisos sanitarios y documentación requerida para operar. Estos valores deben ser amortizados debido a que representan una inversión inicial que se distribuye durante la duración del proyecto.

Para el cálculo se aplica la siguiente fórmula:

Inversión diferida / 5 años = amortización anual

7.1.2 Cálculo de costos y gastos

Cálculo de costos

Con el fin de garantizar la coherencia metodológica y financiera del proyecto, se realizó una depuración del apartado de cálculo de costos.

En una versión preliminar del documento se presentaban dos estructuras de costos con supuestos distintos, lo que generaba inconsistencias en el análisis financiero.

Para efectos del desarrollo final del estudio, se adoptó una única estructura de costos correspondiente a una producción de 18.000 unidades anuales, la cual incluye un portafolio de productos más completo (incorporando el bowl saludable) y refleja de manera más precisa la realidad operativa del negocio. En consecuencia, el cálculo de costos presentado a continuación se encuentra unificado y es coherente con las proyecciones financieras, el flujo de caja y los indicadores de rentabilidad del proyecto.

Cálculo de gastos

Los gastos corresponden a aquellos desembolsos que no hacen parte directa del proceso productivo, pero son indispensables para el funcionamiento administrativo, comercial y operativo del restaurante. Estos incluyen gastos administrativos, gastos de ventas y gastos generales, como arriendo, servicios públicos, internet, publicidad y mantenimiento.

En cuanto a los costos fijos y costos variables, se realiza un consolidado y se encuentran los siguientes

Cálculo de costos

Para establecer el cálculo de costos dentro del plan financiero del restaurante de comidas rápidas tipo fusión, es importante comprender que el costo corresponde al conjunto de erogaciones necesarias para producir un bien o prestar un servicio. En este caso, el costo se relaciona directamente con la preparación de los productos del menú, incluyendo materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación. Según Gerencie (2022), el costo se refiere a todos los recursos utilizados en la producción, tales como insumos, mano de obra y servicios indispensables para el funcionamiento operativo.

En el restaurante de comidas rápidas tipo fusión, los costos de producción se determinan teniendo en cuenta los ingredientes principales de los platos, las porciones estándar, el uso de empaques y el tiempo operativo del personal de cocina. El análisis se realiza por unidad de producto, debido a que el modelo de negocio se basa en la venta individual de platos, combos y bebidas.

Dado que el restaurante ofrecerá diferentes tipos de productos (hamburguesas fusión, wraps, papas especiales, bowls, bebidas y postres), se seleccionan los platos principales con mayor rotación para establecer un promedio representativo del costo unitario. Esto permite realizar cálculos financieros más prácticos y ajustados al comportamiento real del mercado.

A continuación, se presenta el cálculo de materia prima para algunos productos base del restaurante:

Tabla 37 *Materia prima Hamburguesa fusión (producto estrella)*

Elementos	Unidad de medida	Unidades necesarias	Costo unitario	Costo total
Pan artesanal	Unidad	1	\$1.200	\$1.200
Carne de res (150g)	Gramos	150	\$3.000	\$3.000
Queso mozzarella	Gramos	40	\$700	\$700
Tocineta	Gramos	30	\$45	\$1.350
Vegetales (lechuga, tomate, cebolla)	Porción	1	\$800	\$800
Salsa especial fusión	Porción	1	\$600	\$600
Empaque tipo caja	Unidad	1	\$500	\$500
Servilleta y cubiertos	Unidad	1	\$500	\$500

TOTAL				\$7.600
--------------	--	--	--	----------------

Nota: Fuente propia

Tabla 38 *Materia prima Wrap fusión*

Elementos	Unidad de medida	Unidades necesarias	Costo unitario	Costo total
Tortilla de trigo	Unidad	1	\$1.000	\$1.000
Pollo (120g)	Gramos	120	\$2.400	\$2.400
Queso cheddar	Gramos	30	\$600	\$600
Vegetales mixtos	Porción	1	\$700	\$700
Salsa fusión	Porción	1	\$500	\$500
Empaque tipo wrap	Unidad	1	\$500	\$500
Servilleta	Unidad	1	\$200	\$200
TOTAL				\$5.200

Nota: Fuente propia

Tabla 39 *Materia prima Papas especiales fusión*

Elementos	Unidad de medida	Unidades necesarias	Costo unitario	Costo total
Papa (250g)	Gramos	250	\$1200	\$1.200
Queso fundido	Gramos	50	\$800	\$800
Salchicha premium	Gramos	60	\$1.200	\$1.200
Salsas (3 tipos)	Porción	1	\$600	\$600
Empaque bandeja	Unidad	1	\$500	\$500
Servilleta y tenedor	Unidad	1	\$300	\$300

TOTAL				\$4.600
--------------	--	--	--	----------------

Nota: Fuente propia

Tabla 40 *Materia prima Bowl saludable fusión*

Elementos	Unidad de medida	Unidades necesarias	Costo unitario	Costo total
Arroz o quinoa (150g)	Gramos	150	\$1.200	\$1.200
Proteína (pollo/res 120g)	Gramos	120	\$2.400	\$2.400
Vegetales mixtos	Porción	1	\$900	\$900
Aguacate	Porción	1	\$1.000	\$1.000
Salsa fusión	Porción	1	\$500	\$500
Empaque bowl	Unidad	1	\$600	\$600
Cubiertos y servilleta	Unidad	1	\$300	\$300
TOTAL		91		\$6.900

Nota: Fuente propia

Tabla 41 *Porcentaje participación en ventas*

Producto	Participación en ventas
Hamburguesa fusión	35%
Wrap fusión	25%
Papas especiales	20%
Bowl saludable	20%
Total ventas	100%

Nota: Fuente propia

Tabla 42 *Costo promedio materia prima*

Producto	Costo unitario	Participación	Costo ponderado
Hamburguesa fusión	\$7.600	35%	\$2.660
Wrap fusión	\$5.900	25%	\$1.475
Papas especiales	\$4.600	20%	\$920
Bowl saludable	\$6.900	20%	\$1.380
PROMEDIO MP			\$6.435

*Nota: Fuente propia***Tabla 43** *Costo total de materia prima (Proyección 5 años)*

Se proyecta una producción inicial de 18.000 unidades anuales, con crecimiento aproximado del 8% anual, debido al aumento esperado de la demanda.

Año	Unidades	Costo promedio MP	Total MP
2026	18.000	\$6.435	\$115.830.000
2027	19.440	\$6.757	\$131.350.080
2028	20.995	\$7.095	\$148.918.525
2029	22.675	\$7.450	\$168.928.750
2030	24.489	\$7.823	\$191.554.447

*Nota: Fuente propia***Mano de obra directa**

Para la operación del restaurante se requiere mano de obra directa en cocina, ya que este personal se encuentra directamente involucrado en la transformación de materia prima en producto final. Se estima contratar un chef principal y dos auxiliares de cocina, considerando que la operación requiere rapidez, estandarización y control de calidad.

Tabla 44 *Costo de mano de obra directa*

Cargo	Salario mensual	Prestaciones (60%)	Total, mensual	Total, anual
Chef principal	\$2.000.000	\$1.200.000	\$3.200.000	\$38.400.000
Auxiliar cocina 1	\$1.300.000	\$780.000	\$2.080.000	\$24.960.000
Auxiliar cocina 2	\$1.300.000	\$780.000	\$2.080.000	\$24.960.000
TOTAL	\$4.600.000	\$2.760.000	\$7.360.000	\$88.320.000

Nota: Fuente propia

La estructura de mano de obra directa está conformada por un chef principal y dos auxiliares de cocina, con el objetivo de garantizar la adecuada preparación de los productos, mantener estándares de calidad y asegurar la eficiencia operativa del restaurante.

Aunque el negocio se encuentra en etapa inicial, esta distribución permite atender la demanda proyectada y responder de manera eficiente en horarios de alta afluencia, evitando retrasos en la producción y afectaciones en el servicio. Los costos incluyen no solo el salario base, sino también las prestaciones sociales y aportes obligatorios, estimados en un 60%, lo cual refleja el costo real de la mano de obra. Esta estructura podrá ajustarse en el futuro de acuerdo con el crecimiento del negocio y su posicionamiento en el mercado.

Tabla 45 *Costos fijos y variables al año*

Costos fijos	Valor anual
Arrendamiento cocina/local	\$18.000.000
Mano de obra directa	\$88.320.000
Nómina administrativa	\$38.400.000
Nómina de ventas y servicios	\$34.560.000
Gas industrial	\$4.800.000

Energía total	\$7.320.000
Agua total	\$2.880.000
Internet y telefonía	\$960.000
Software POS	\$1.200.000
Seguro del local	\$1.200.000
Contabilidad externa	\$6.000.000
Papelería	\$1.200.000
Depreciación	\$2.906.000
Amortización	\$1.200.000
TOTAL	\$208.946.000

Nota: Fuente propia

Tabla 46 Costo de producción (Proyección 5 años)

Año	Materia prima	Mano de obra directa	Costos indirectos (servicios, empaques, etc.)	Total, costo producción
2026	\$115.830.000	\$88.320.000	\$28.800.000	\$232.950.000
2027	\$131.350.080	\$92.736.000	\$30.240.000	\$254.326.080
2028	\$148.918.525	\$97.372.800	\$31.752.000	\$278.043.325
2029	\$168.928.750	\$102.241.440	\$33.339.600	\$304.509.790
2030	\$191.554.447	\$107.353.512	\$35.006.580	\$333.914.539

Nota: Fuente propia

Cálculo de gastos

Para establecer el cálculo de gastos es necesario tener presente que el gasto representa todas las erogaciones asociadas a la administración, comercialización y funcionamiento

general de la empresa, sin que estén directamente ligados al proceso de producción del producto. Según Gerencia (2022), los gastos corresponden a los desembolsos necesarios para operar el negocio, incluyendo salarios administrativos, publicidad, arriendos y demás obligaciones.

En el restaurante de comidas rápidas tipo fusión, los gastos principales están relacionados con el personal administrativo y de atención al cliente, así como con estrategias de marketing, pagos por plataformas digitales y servicios esenciales.

Tabla 47 *Carga prestacional*

Concepto	Porcentaje	Valor aproximado
Auxilio de transporte	15%	\$162.000
Prima de servicios	8,33%	\$83.300
Cesantías	8,33%	\$83.300
Intereses cesantías	1%	\$10.000
Vacaciones	4,16%	\$41.600
Caja de compensación	4%	\$40.000
ICBF	3%	\$30.000
SENA	2%	\$20.000
Salud	8,50%	\$85.000
Pensión	12%	\$120.000
Riesgos laborales (nivel I)	0,522%	\$5.220
TOTAL		\$680.420

Nota: Fuente propia

Tabla 48 *Otros gastos de administración*

Concepto	2026	2027	2028	2029	2030
Contabilidad externa	\$4.800.000	\$5.200.000	\$5.600.000	\$6.000.000	\$6.400.000
Papelería y suministros	\$900.000	\$1.000.000	\$1.100.000	\$1.200.000	\$1.300.000
Software POS y licencias	\$1.000.000	\$1.100.000	\$1.200.000	\$1.300.000	\$1.400.000
TOTAL	\$6.700.000	\$7.300.000	\$7.900.000	\$8.500.000	\$9.100.000

*Nota: Fuente propia***Tabla 49** *Consolidado de costos y gastos*

Concepto	2026	2027	2028	2029	2030
Materia prima / arrendamiento	\$115.830.000	\$131.850.080	\$148.918.525	\$168.928750	\$191.554.447
Mano de obra directa	\$88.320.000	\$91.853.000	\$95.527.000	\$99.348.000	\$103.322.000
Costos indirectos de fabricación	\$28.200.000	\$29.400.000	\$30.700.000	\$32.100.000	\$33.700.000
Nómina administrativa y ventas	\$72.960.000	\$78.796.800	\$85.100.544	\$91.908.888	\$99.261.275
Otros gastos administrativos	\$8.400.000	\$8.950.000	\$9.500.000	\$10.050.000	\$10.600.000
Publicidad y marketing	\$6.000.000	\$6.600.000	\$7.200.000	\$7.800.000	\$8.500.000

Depreciación	\$2.906.000	\$2.906.000	\$2.906.000	\$2.906.000	\$2.906.000
Amortización	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000
TOTAL	\$323.816.000	\$349.555.880	\$376.052.069	\$404.241.338	\$434.043.722

Nota: Fuente propia

Se integran los componentes de producción, administración y comercialización. Se observa un crecimiento progresivo en la mayoría de los rubros, acorde con el aumento de la operación, mientras que la depreciación y amortización se mantienen constantes. En general, refleja una proyección financiera clara para el desarrollo del proyecto.

7.1.3 Cálculo y proyección de ingresos

La proyección de ingresos es fundamental para evaluar la viabilidad financiera del restaurante, ya que permite estimar cuánto dinero ingresará por ventas y si estos ingresos serán suficientes para cubrir los costos y gastos de operación. Asimismo, permite proyectar la rentabilidad del negocio a mediano y largo plazo, facilitando la toma de decisiones estratégicas relacionadas con expansión, inversión y sostenibilidad.

Para el restaurante de comidas rápidas tipo fusión, se estima vender inicialmente 18.000 unidades anuales, considerando productos como hamburguesas, wraps, papas especiales y bowls, con un crecimiento aproximado del 8% anual, debido al posicionamiento progresivo en el mercado y el aumento de la demanda.

Tabla 50 *Proyección de ingresos*

Año	Unidades vendidas	Precio promedio	Ingresos	Costos	Utilidad
2026	18.000	\$22.000	\$396.000.000	\$323.816.000	\$72.184.000
2027	19.440	\$23.000	\$447.120.000	\$349.555.880	\$97.564.120
2028	20.995	\$24.000	\$503.880.000	\$376.052.069	\$127.827.931
2029	22.675	\$25.000	\$566.875.000	\$404.241.338	\$162.633.662
2030	24.489	\$26.000	\$636.714.000	\$434.043.722	\$202.670.278

Nota: Fuente propia

Nota: Los ingresos fueron calculados multiplicando el número de unidades vendidas por el precio promedio de venta. Para el año 2026, el valor de \$396.000.000 corresponde a 18.000 unidades vendidas a un precio de \$22.000 cada una, lo cual garantiza la coherencia matemática de la proyección.

La estimación de 50 unidades diarias se fundamenta en la capacidad cooperativa del restaurante. El flujo esperado de clientes y los horarios de atención establecidos. El restaurante operará en un horario aproximado de 10 horas diarias, distribuidas entre jornadas diurna y nocturna. Lo cual permite atender diferentes momentos de consumo (almuerzos, tarde y cena).

En este contexto, se proyecta una atención promedio de:

- 5 clientes por hora, lo que equivale a: $5 \text{ clientes} \times 10 \text{ horas} = 50 \text{ clientes}$ diarios.

Considerando que cada cliente adquiere en promedio un producto (combo plato principal) , se justifica la producción de 50 unidades vendidas por día.

Adicionalmente, esta estimación es coherente con el tipo de negocio (comidas rápidas), donde el tiempo de atención es corto y permite una alta rotación de clientes durante la jornada.

El punto de equilibrio del proyecto se estimó en 28 unidades diarias, lo cual representa el nivel mínimo de ventas necesario para cubrir los costos totales del restaurante sin generar pérdidas. Existe coherencia entre la proyección de ventas (50 unidades diarias) y el punto de equilibrio (28 unidades diarias), dado que.

- Margen de seguridad = $50 - 28 = 22$ unidades

Esto representa un nivel de ventas adicional que permite cubrir imprevistos, variaciones en la demanda y garantizar la rentabilidad del negocio.

Lo anterior demuestra que la meta de ventas es alcanzable, ya que no exige una alta saturación del servicio y permite mantener un flujo de clientes manejable dentro de la capacidad del restaurante.

En conclusión, la proyección de ingresos se encuentra sustentada en la capacidad operativa del negocio, los horarios de atención y el comportamiento esperado del mercado. Asimismo, la relación entre el punto de equilibrio y las unidades proyectadas evidencia la viabilidad financiera del proyecto.

Tabla 51 *Proyección de ingresos por producto*

Año	Hamburguesa (35%)	Wrap (25%)	Papas (20%)	Bowl (20%)	Total, ingresos
2026	\$138.600.000	\$99.000.000	\$79.200.000	\$79.200.000	\$396.000.000
2027	\$156.492.000	\$111.780.000	\$89.424.000	\$89.424.000	\$447.120.000
2028	\$176.358.000	\$125.970.000	\$100.776.000	\$100.776.000	\$503.880.000
2029	\$198.406.250	\$141.718.000	\$113.375.000	\$113.375.000	\$566.875.000
2030	\$222.849.900	\$159.178.500	\$127.342.800	\$127.342.800	\$636.714.000

Nota: Fuente propia

La proyección de ingresos por producto se realizó a partir de una distribución porcentual de las ventas totales del restaurante, considerando la participación esperada de cada producto dentro del portafolio.

En este sentido, se asignó un 35% de participación a las hamburguesas, un 25% a los wraps, un 20% a las papas y un 20% a los bowls, de acuerdo con el análisis de preferencias del consumidor y la estructura de la oferta gastronómica.

Esta distribución se mantiene constante durante el horizonte de proyección, garantizando coherencia entre los ingresos totales y su desagregación por producto, lo cual fortalece la consistencia del modelo financiero.

7.1.4 Identificación del punto de equilibrio

El punto de equilibrio es un indicador financiero clave que permite determinar el nivel mínimo de ventas que debe alcanzar el restaurante para cubrir todos sus costos y gastos sin generar pérdidas ni utilidades. Este dato resulta esencial para la planificación estratégica, ya que permite conocer cuántas unidades deben venderse mensual y anualmente para garantizar la sostenibilidad del negocio.

Dado que el restaurante ofrece un portafolio de varios productos, el cálculo del punto de equilibrio se realiza bajo un enfoque multiproducto, el cual considera la participación porcentual de cada producto dentro de las ventas totales.

Para ello, se utiliza la siguiente expresión:

$$Q = \frac{CF}{MC \text{ promedio}}$$

Donde:

- Q = Punto de equilibrio en unidades
- CF = Costos fijos
- MC promedio = Margen de contribución ponderado

Considerando la distribución de ventas:

- Hamburguesas: 40%
- Wraps: 25%
- Papas: 15%
- Bowls: 20%

Se obtiene un margen de contribución promedio, el cual permite calcular el punto de equilibrio global del restaurante.

Como resultado, el punto de equilibrio estimado corresponde a **28 unidades diarias**, nivel mínimo necesario para cubrir los costos totales del negocio.

Tabla 52 *Punto de equilibrio por producto (unidades)*

Hamburguesa fusión

Concepto	Valor
Costos fijos asignados	\$39.907.000
Precio de venta promedio	\$25.000
Costo variable unitario	\$13.400
Margen contribución	\$11.600
Punto de equilibrio (unidades)	3.440

Wrap fusión

Concepto	Valor
Costos fijos asignados	\$28.505.000
Precio de venta promedio	\$20.000
Costo variable unitario	\$9.260
Margen contribución	\$10.740
Punto de equilibrio (unidades)	2.654

Papas especiales

Concepto	Valor
Costos fijos asignados	\$22.804.000
Precio de venta promedio	\$15.000
Costo variable unitario	\$8.450
Margen contribución	\$6.550
Punto de equilibrio (unidades)	3.482

Bowl saludable

Concepto	Valor
Costos fijos asignados	\$22.804.000
Precio de venta promedio	\$24.000
Costo variable unitario	\$11.060
Margen contribución	\$12.940
Punto de equilibrio (unidades)	1.762

Nota: Fuente propia

Tabla 53 *Análisis de margen de contribución por producto*

Producto	Costos fijos	Margen contribución	Ingresos requeridos por producto
Hamburguesa	\$39.907.000	\$11.600	\$86.000.000
Wrap	\$28.505.000	\$10.740	\$53.080.000
Papas especiales	\$22.804.000	\$6.550	\$52.230.000
Bowl saludable	\$22.804.000	\$12.940	\$42.288.000

Nota: Fuente propia

Nota: Los valores presentados en la tabla corresponden a un análisis individual del margen de contribución por producto y los ingresos necesarios de manera referencial.

Sin embargo, debido a que el restaurante maneja una estructura multiproducto, el punto de equilibrio real del proyecto no se determina de forma individual, sino de manera global, considerando el total de los costos fijos y el margen de contribución ponderado.

Por lo tanto, el punto de equilibrio del negocio se analiza de forma consolidada, el cual ha sido estimado en 28 unidades diarias.

Tabla 54 *Punto de equilibrio año 2026 (Comportamiento)*

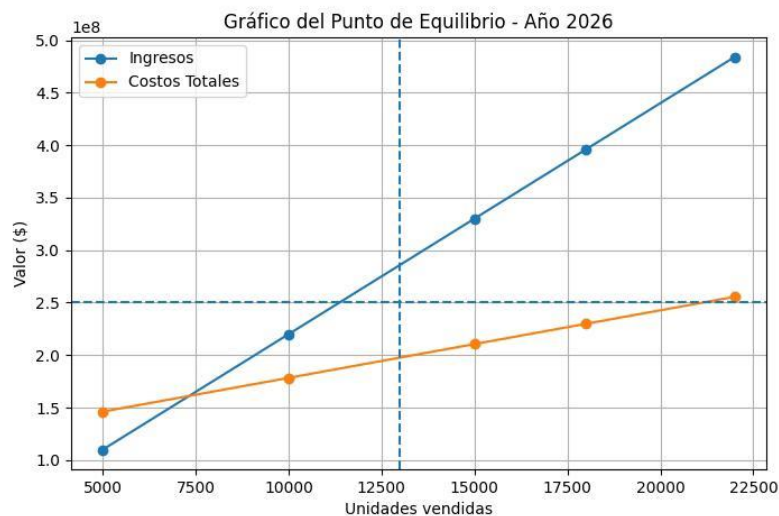
Unidades vendidas	Ingresos totales	Costo variable	Costo fijo	Costo total
5.000	\$110.000.000	\$32.175.000	\$114.020.000	\$146.195.000
10.000	\$220.000.000	\$64.350.000	\$114.020.000	\$178.370.000
15.000	\$330.000.000	\$96.525.000	\$114.020.000	\$210.545.000
18.000	\$396.000.000	\$115.830.000	\$114.020.000	\$229.850.000
22.000	\$484.000.000	\$141.570.000	\$114.020.000	\$255.590.000

Nota: Fuente propia

“Los ingresos requeridos por producto se calcularon con base en las unidades de equilibrio, multiplicadas por el precio de venta correspondiente.”

Como se puede evidenciar, el restaurante alcanza el punto de equilibrio aproximadamente cuando supera las 10.000 unidades vendidas anuales, ya que en este punto los ingresos comienzan a cubrir la totalidad de los costos fijos y variables. A partir de las 15.000 unidades, se observa una utilidad operacional más sólida, lo cual refleja que el proyecto es financieramente viable si se cumple la meta comercial propuesta.

Figura 26 *Punto de equilibrio 2026*



Nota: *Fuente propia*

La gráfica presenta el comportamiento de los ingresos y los costos totales en función de las unidades vendidas. El punto de equilibrio se identifica en la intersección de ambas curvas, aproximadamente en 10.800 unidades, donde el negocio cubre la totalidad de sus costos. A partir de este nivel, se comienzan a generar utilidades.

Este análisis permite concluir que, para asegurar sostenibilidad, el restaurante debe alcanzar una venta anual aproximada de 10.800 unidades, lo que equivale a:

- $10.800 / 12 \text{ meses} = 900$ unidades mensuales
- $900 / 30 \text{ días} = 30$ platos diarios

Esto representa un objetivo realista para un negocio de comidas rápidas tipo fusión ubicado estratégicamente en una zona comercial de alta afluencia, ya que 30 ventas diarias se consideran alcanzables mediante estrategias de marketing digital, alianzas con plataformas de domicilios y promociones de combos.

7.1.5 Estados financieros

7.1.5.1 Estado de situación financiera

El Estado de Situación Financiera, también conocido como Balance General, tiene como finalidad determinar la situación real de la empresa en un momento determinado. Este estado financiero permite conocer los activos (bienes y derechos), pasivos (obligaciones) y patrimonio (aporte de los propietarios) con los que cuenta el proyecto.

En el caso del restaurante de comidas rápidas tipo fusión, se proyecta un balance inicial en el cual se observa que el proyecto será financiado principalmente con recursos propios, lo cual es una fortaleza financiera, debido a que disminuye los costos asociados a intereses bancarios y reduce el riesgo financiero.

El balance general incluye activos corrientes como efectivo, inventarios y cuentas por cobrar, y activos no corrientes como maquinaria de cocina, mobiliario, adecuaciones del local y equipos tecnológicos. Estos activos permiten garantizar el correcto funcionamiento operativo del negocio.

A continuación, se presenta el estado de situación financiera inicial proyectado para el restaurante.

Tabla 55 *Estado de situación financiera inicial*

RESTAURANTE FUSIÓN BITE.**ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL****AÑO 2026***(pesos colombianos)*

ACTIVOS	
Activos corrientes	
Efectivo y equivalente al efectivo	\$36.220.000
Inventarios (materia prima e insumos)	\$12.000.000
Cuentas por cobrar (ventas por apps/domicilios)	\$8.000.000
Total activo corriente	\$56.220.000
Activos no corrientes	
Maquinaria y equipo	\$11.500.000
Muebles y enseres	\$4.980.000
Equipos de cómputo y comunicación	\$6.200.000
Adecuaciones	\$6.800.000
Activos diferidos	\$2.500.000
Total activo no corriente	\$31.980.000
TOTAL ACTIVOS	\$88.200.000

PASIVOS Y PATRIMONIO	
Pasivos corrientes	
Proveedores (crédito de insumos)	\$4.500.000
Obligaciones laborales (prestaciones por pagar)	\$1.800.000
Total pasivo corriente	\$6.300.000

Pasivos no corrientes	
Obligaciones financieras	\$17.500.000
Total pasivo no corriente	\$17.500.000
TOTAL PASIVOS	\$23.800.000
PATRIMONIO	
Capital social	\$64.400.000
Utilidad del ejercicio	\$ 0
TOTAL PATRIMONIO	\$64.400.000
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$88.200.000

REPRESENTANTE LEGAL _____

CONTADOR PÚBLICO _____

REVISOR FISCAL _____

Nota: Fuente propia

El Estado de Situación Financiera inicial permite evidenciar que el proyecto cuenta con activos suficientes para iniciar operaciones. La mayor parte de la inversión se concentra en maquinaria y equipos de cocina, lo cual es lógico, ya que estos elementos constituyen la base del proceso productivo del restaurante.

El valor de \$386.370.360 corresponde a una sumatoria de costos, gastos y resultados operativos, por lo cual no hace parte del Estado de Situación Financiera. Este estado únicamente refleja la estructura de activos, pasivos y patrimonio del proyecto al inicio de operaciones, cuyo valor total es de \$88.200.000.

7.1.5.2 Estado de resultados

El Estado de Resultados es uno de los documentos más importantes en la evaluación financiera, debido a que permite determinar la utilidad obtenida durante un periodo

específico. En otras palabras, permite conocer si el negocio genera ganancias o pérdidas luego de cubrir costos y gastos.

Para el restaurante de comidas rápidas tipo fusión, el estado de resultados se proyecta a cinco años, teniendo en cuenta el crecimiento esperado de las ventas, el incremento gradual de costos operacionales debido a la inflación y el aumento de la demanda.

En este análisis se incluyen los ingresos por ventas, el costo de ventas (materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de cocina), gastos administrativos y gastos de ventas. Finalmente, se calcula la utilidad antes de impuestos y se aplica el impuesto de renta.

Adicionalmente, aunque las sociedades por acciones simplificadas (S.A.S.) no están obligadas a constituir reserva legal, se proyecta una reserva del 10% con el fin de fortalecer el patrimonio empresarial y crear respaldo financiero ante contingencias futuras.

Tabla 56 *Estado de resultados proyectado a 5 años*

RESTAURANTE FUSIÓN BITE.

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO A 5 AÑOS

(pesos colombianos)

Concepto	2026	2027	2028	2029	2030
Ventas netas	\$396.000.000	\$447.120.000	\$503.880.000	\$566.875.000	\$636.714.000
Costo de ventas	\$232.950.000	\$254.326.080	\$278.043.325	\$304.509.790	\$333.914.539
Utilidad bruta	\$163.050.000	\$192.793.920	\$225.836.675	\$262.365.210	\$302.799.461
Gastos administrativos (incluye depreciación)	\$87.906.000	\$92.906.000	\$98.906.000	\$105.406.000	\$112.906.000

Gastos operacionales de ventas	\$58.000.000	\$61.000.000	\$64.500.000	\$68.000.000	\$72.000.000
Utilidad operacional	\$17.144.000	\$38.887.920	\$62.430.675	\$88.959.210	\$117.893.461
Utilidad antes de impuestos	\$17.144.000	\$38.887.920	\$62.430.675	\$88.959.210	\$117.893.461
Impuesto de renta (35%)	\$6.004.000	\$13.610.772	\$21.850.736	\$31.135.724	\$41.262.711
Utilidad antes de reservas	\$11.143.000	\$25.277.148	\$40.579.939	\$57.823.486	\$76.630.750
Reserva legal (10%)	\$1.114.360	\$2.527.715	\$4.057.994	\$5.782.349	\$7.663.075
UTILIDAD NETA	\$10.029.240	\$22.749.433	\$36.521.945	\$52.041.137	\$68.967.675

REPRESENTANTE LEGAL _____

CONTADOR PÚBLICO _____

REVISOR FISCAL _____

Nota: Fuente propia

El Estado de Resultados proyectado demuestra que el restaurante obtiene utilidades netas positivas desde el primer año, lo cual es un indicador claro de viabilidad financiera.

Además, se evidencia un crecimiento sostenido año tras año, impulsado por el aumento en ventas derivado de estrategias de marketing digital, posicionamiento de marca y fidelización del cliente. La utilidad operacional incrementa progresivamente, lo cual confirma que el negocio tiene capacidad para cubrir sus costos y gastos, y además generar excedentes suficientes para reinversión, expansión y fortalecimiento del patrimonio.

7.1.5.3 Flujo de fondos

Flujo de caja

El flujo de caja es un instrumento financiero esencial para evaluar la disponibilidad real de dinero en la empresa, ya que permite conocer cuánto efectivo entra y cuánto sale durante cada periodo. Este estado financiero es crucial, debido a que un negocio puede generar utilidades contables, pero aun así presentar problemas de liquidez si no administra adecuadamente su efectivo.

En el caso del restaurante de comidas rápidas tipo fusión, el flujo de caja permite analizar el comportamiento del dinero desde el momento inicial de la inversión (año 0), hasta el horizonte de cinco años proyectados.

El flujo de caja se divide en tres componentes principales: flujo de inversión, flujo de operación y flujo neto final. En el año cero se registra el valor de inversión inicial necesaria para poner en marcha el negocio, incluyendo compra de maquinaria, adecuaciones del local y capital de trabajo.

Tabla 57 *Flujo de inversión*

RESTAURANTE FUSIÓN BITE.

FLUJO DE CAJA – INVERSIÓN INICIAL

(pesos colombianos)

Concepto	Año 0
Inversión en maquinaria y equipos	\$ 11.500.000
Inversión en muebles y enseres	\$ 4.980.000
Adecuaciones y mejoras locativas	\$ 6.800.000
Equipos de cómputo y comunicación	\$ 6.200.000
Activos diferidos (registros, software, publicidad inicial)	\$ 2.500.000
Capital de trabajo inicial	\$ 56.220.000
TOTAL, INVERSIÓN INICIAL	\$ 88.200.000

Nota: Fuente propia

El flujo de inversión refleja la necesidad de una inversión inicial significativa, lo cual es normal en este tipo de negocio debido a la compra de equipos industriales. Sin embargo, estos activos permiten garantizar eficiencia operativa, estandarización en la producción y reducción de desperdicios, mejorando la rentabilidad.

Tabla 58 *Flujo de producción (flujo operativo)*

Para calcular el flujo operativo se toma la utilidad neta y se suman nuevamente aquellos valores que, aunque representan gastos contables, no generan salida real de efectivo, como la depreciación y amortización. Adicionalmente, se suma la reserva legal proyectada, debido a que representa una apropiación contable que permanece dentro del negocio.

RESTAURANTE FUSIÓN BITE.

MOVIMIENTOS FINANCIEROS EN LA PRODUCCIÓN

(pesos colombianos)

Concepto	2026	2027	2028	2029	2030
Utilidad neta	\$10.029.240	\$22.749.433	\$36.521.945	\$52.041.137	\$68.967.675

+ Depreciación	\$2.906.000	\$2.906.000	\$2.906.000	\$2.906.000	\$2.906.000
+ Amortización	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000
+ Reserva legal	\$1.114.360	\$2.527.715	\$4.057.994	\$ 5.782.349	\$7.663.075
TOTAL, FLUJO DE PRODUCCIÓN	\$15.249.600	\$29.383.148	\$44.685.939	\$61.929.486	\$80.736.750

Nota: Fuente propia

Tabla 59 *Flujo neto*

Este flujo representa el comportamiento total del efectivo desde el año cero hasta el año cinco.

Flujo de caja	Valor (\$)
Año 0	-\$88.200.000
2026	\$15.249.600
2027	\$29.383.148
2028	\$44.685.939
2029	\$61.929.486
2030	\$ 80.736.750

Nota: Fuente propia

Los resultados del flujo neto indican que el restaurante recupera progresivamente la inversión inicial. Aunque el año cero presenta un flujo negativo debido a la inversión, los flujos de operación desde el primer año son positivos y crecientes, lo cual demuestra que el negocio tiene alta capacidad de generación de efectivo.

Además, el crecimiento sostenido del flujo neto se asocia con el aumento esperado de ventas, una adecuada administración de costos, y el fortalecimiento de estrategias comerciales, especialmente mediante domicilios y plataformas digitales.

7.2 Evaluación financiera

La evaluación financiera constituye una etapa fundamental dentro del plan de negocios, ya que permite determinar la viabilidad económica del proyecto a partir de la proyección de ingresos, costos y gastos durante un horizonte de cinco (5) años.

En el presente estudio, la evaluación financiera se basa en la información obtenida en los análisis de mercado, técnico y organizacional, los cuales fueron consolidados en estados financieros proyectados, permitiendo estimar el comportamiento económico del restaurante de comidas rápidas tipo fusión en la ciudad de San Juan de Pasto.

A partir de estos resultados, se calcularon indicadores financieros como el Valor Presente Neto (VPN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y la Relación Beneficio-Costo (RBC), los cuales permiten medir la rentabilidad del proyecto.

Los resultados obtenidos evidencian que el proyecto es **financieramente viable**, dado que presenta un nivel de rentabilidad favorable, capacidad para cubrir sus costos y generar utilidades en el mediano plazo.

En este sentido, la evaluación financiera demuestra que la inversión propuesta es sostenible y representa una alternativa atractiva desde el punto de vista económico.

7.2.1 Indicadores de rentabilidad financiera

La evaluación financiera se complementa con indicadores que permiten medir la rentabilidad real del proyecto, determinando si el negocio genera valor. Para este análisis se aplican tres indicadores fundamentales: Valor Presente Neto (VPN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y Relación Beneficio-Costo (RBC).

Estos indicadores permiten confirmar si la inversión inicial realizada en el restaurante de comidas rápidas tipo fusión resulta conveniente para el inversionista, y si el negocio logra superar la tasa mínima esperada de rendimiento.

7.2.1.1 Valor presente neto (VPN)

El Valor Presente Neto es uno de los indicadores más relevantes en la evaluación financiera de un proyecto, ya que permite conocer el valor actual de los flujos futuros de caja, descontados a una tasa de oportunidad determinada.

Este indicador permite establecer si el proyecto genera valor o no. Si el VPN es mayor a cero, se concluye que el negocio es rentable y que recupera la inversión inicial generando utilidad adicional.

Para la evaluación financiera del proyecto se utilizó una tasa de oportunidad del 15%, la cual representa el costo de oportunidad del capital en el contexto colombiano.

Esta tasa se determinó teniendo en cuenta factores como la rentabilidad promedio esperada en inversiones alternativas (como CDT y proyectos empresariales), el nivel de riesgo asociado al sector gastronómico y la inflación proyectada en el país.

En este sentido, el 15% refleja una tasa conservadora y adecuada para evaluar la viabilidad del proyecto, permitiendo comparar la rentabilidad del restaurante frente a otras opciones de inversión disponibles en el mercado.

Tabla 60 *Valor presente neto*

FLUJO DE CAJA

Año	Flujo (\$)
Año 0	-\$88.200.000
2026	\$15.249.600

2027	\$29.383.148
2028	\$44.685.939
2029	\$61.929.486
2030	\$80.736.750

Procedimientos.➤ **VPN**

- Tasa $i=15\%$
- Flujos: Año 0 a Año 5

$$VPN = I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t}$$

$$VPN = -88.200.000 + \frac{15.249.600}{(1.15)^1} + \frac{29.383.148}{(1.15)^2} + \frac{44.685.939}{(1.15)^3} + \frac{61.929.486}{(1.15)^4} + \frac{80.736.750}{(1.15)^5}$$

- Año 1: $\approx \$13.260.522$
- Año 2: $\approx \$22.218.881$
- Año 3: $\approx \$29.381.730$
- Año 4: $\approx \$35.408.385$
- Año 5: $\approx \$40.138.000$

$$VPN = 140.407.518 - 88.200.000$$

$$VPN = \$52.207.518$$

El Valor Presente Neto (VPN) obtenido es de \$52.207.518, el cual es positivo, lo que indica que el proyecto no solo recupera la inversión inicial, sino que además genera un excedente económico. Esto evidencia que el negocio es financieramente viable y rentable, ya que crea valor por encima de la tasa de oportunidad establecida

7.2.1.2 Tasa interna de retorno (TIR)

$$TIR = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t}$$

Donde:

I_0 : inversión inicial

F_t : Flujo de caja neto de cada periodo

n : Numero de periodos

$$\begin{aligned} TIR = & -88.200.000 + \frac{15.249.600}{(1 + TIR)^1} + \frac{29.383.148}{(1 + TIR)^2} + \frac{44.685.939}{(1 + TIR)^3} \\ & + \frac{61.929.486}{(1 + TIR)^4} + \frac{80.736.750}{(1 + TIR)^5} \end{aligned}$$

Para calcular la TIR se utiliza el método de interpolación, tomando dos tasas:

Tasa 1 (i_1): 30% → VPN positivo

Tasa 2 (i_2): 35% → VPN negativo

$$TIR = i_1 + \left(\frac{VPN_1}{VPN_1 - VPN_2} \right) X (i_2 - i_1)$$

Paso 1: Calcular VPN con 30%

$$VPN = 4.684.454$$

Paso 2 calcular el VPN con 35%

$$VPN = -5.968.926$$

Para la resolución manual de la TIR, se seleccionaron las tasas del 30% y 35% como parámetros de control mediante el método de ensayo y error. La elección de estos valores específicos responde a la necesidad técnica de "encerrar" el punto de equilibrio financiero del proyecto; mientras que al 30% el Valor Presente Neto (VPN) aún arroja un saldo positivo de \$4.684.454, al elevar la tasa al 35% el flujo se torna negativo (-\$5.968.926). Este cambio de signo confirma que la rentabilidad real se encuentra dentro de ese rango, permitiendo aplicar la fórmula de interpolación lineal para hallar con precisión la TIR, garantizando así un cálculo matemáticamente riguroso y verificable.

$$TIR = 0,30 + \left(\frac{4.684.454}{4.684.454 - (-5.968.926)} \right) \times (0,35 - 0,30)$$

$$TIR = 0,32 \text{ o } 32\%$$

Para la resolución manual de la TIR, se seleccionaron las tasas del 30% y 35% mediante el método de ensayo y error, con el fin de identificar el rango en el cual el Valor Presente Neto cambia de positivo a negativo. Este comportamiento confirma que la rentabilidad del proyecto se encuentra dentro de dicho intervalo, permitiendo aplicar la interpolación lineal para estimar la tasa interna de retorno.

La TIR obtenida es aproximadamente del 32%, lo cual indica que el proyecto genera una rentabilidad superior a la tasa de descuento del 15%, evidenciando su viabilidad financiera

7.2.1.3 Relación beneficio y costo (RBC)

Calculo:

$$RBC = \frac{\sum BENEFICIOS DESCONTADOS}{INVERSIÓN INICIAL}$$

$$RBC = \frac{140.407.518}{88.200.000} = 1,59$$

Este resultado de 1,59 indica que Por cada \$1 invertido, se generan \$0.59

Tabla 61 *Indicadores de rentabilidad*

Indicador	Resultado
VPN	52.207.518
TIR	32%
RBC	1,59

Nota: *Fuente propia*

Los resultados obtenidos en la evaluación financiera permiten concluir que el plan de negocios para la creación del restaurante de comidas rápidas tipo fusión en la ciudad de San Juan de Pasto es económicamente viable y presenta un comportamiento rentable durante el horizonte de evaluación establecido. En primer lugar, el Valor Presente Neto (VPN) arrojó un resultado de \$52.207.518. Al ser un valor positivo, este indicador refleja que, tras descontar los flujos de caja futuros a la tasa de oportunidad establecida, el valor actual de los beneficios generados supera la inversión inicial. Esto demuestra que el restaurante tiene la capacidad de recuperar el capital invertido y generar un excedente financiero, confirmando que el proyecto crea valor económico para el inversionista. De igual manera, la Tasa Interna de Retorno (TIR) estimada es del 32%, la cual es superior a la tasa mínima esperada o tasa de oportunidad (15%). Este resultado evidencia que el restaurante posee una capacidad de generación de utilidades que duplica el costo de oportunidad del capital. La solidez de esta tasa se fundamenta en una estructura de costos optimizada y una proyección de ventas creciente, respaldada por la demanda del mercado local en Pasto. Por lo tanto, la TIR confirma que el proyecto es viable y atractivo bajo las condiciones de mercado analizadas.

Finalmente, la Relación Beneficio-Costo (RBC) obtenida fue de 1,59. Este indicador señala que por cada peso invertido en el proyecto, se espera recuperar la totalidad del capital y generar adicionalmente \$0,59 en beneficios netos a valor presente. Al ser la RBC superior a 1, se ratifica que los beneficios superan los costos y la inversión inicial, fortaleciendo la conclusión de sostenibilidad financiera del modelo de negocio.

Tabla 62 *Tasa interna de retorno*

Indicador	Resultado
TIR	32%

Nota: Fuente propia

El resultado obtenido demuestra que el proyecto presenta una rentabilidad alta, ya que la TIR 32% es considerablemente superior a la tasa de oportunidad del 15%. Esto evidencia que el restaurante genera un rendimiento mucho más atractivo en comparación con otras alternativas de inversión disponibles en el mercado.

En consecuencia, este resultado confirma la viabilidad financiera del restaurante y respalda la decisión de ejecutar el plan de negocios.

Relación beneficio-costo (RBC)

La Relación Beneficio-Costo permite comparar el valor de los beneficios obtenidos frente a la inversión realizada. Este indicador refleja cuántos pesos se recuperan por cada peso invertido.

Si el resultado es mayor a 1, el proyecto se considera rentable.

Tabla 63 *Relación beneficio costo*

Indicador	Resultado
RBC	1,59

Nota: Fuente propia

El resultado obtenido indica que, por cada peso invertido en el restaurante, se recuperan aproximadamente \$1,59, lo cual demuestra que el proyecto genera beneficios superiores a la inversión inicial.

Este indicador refuerza los resultados obtenidos anteriormente mediante el VPN y la TIR, confirmando que el negocio no solo es rentable, sino que presenta un nivel alto de eficiencia financiera.

De acuerdo con los estados financieros proyectados y los indicadores de rentabilidad calculados, se concluye que el restaurante de comidas rápidas tipo fusión en San Juan de Pasto es financieramente viable y rentable.

El proyecto presenta utilidades netas positivas desde el primer año, un flujo de caja creciente y un Valor Presente Neto altamente favorable, lo cual demuestra que el negocio genera valor económico. Adicionalmente, la Tasa Interna de Retorno supera ampliamente la tasa de oportunidad del mercado, evidenciando que invertir en este restaurante representa una decisión financiera adecuada.

Finalmente, la Relación Beneficio-Costo confirma que el emprendimiento permite recuperar la inversión inicial con excedentes importantes, garantizando sostenibilidad, expansión futura y capacidad de crecimiento en el mercado local.

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

El presente plan de negocios tiene como propósito la creación de un restaurante de comidas rápidas tipo fusión en la ciudad de San Juan de Pasto, el cual se proyecta como una iniciativa con impacto positivo en la economía local.

Desde el punto de vista económico, el proyecto presenta una incidencia favorable al generar ingresos anuales estimados en \$396.000.000 en su primer año de operación, con proyecciones de crecimiento sostenido durante los siguientes cinco años, lo cual contribuye a dinamizar la actividad comercial del sector gastronómico.

En términos de empleo, el restaurante generará aproximadamente entre **6 y 8 empleos directos**, incluyendo personal administrativo, cocina, atención al cliente y domicilios. Asimismo, se estima la generación de empleo indirecto a través de la contratación de proveedores locales de alimentos, insumos, servicios logísticos y plataformas digitales, fortaleciendo la cadena productiva regional.

Adicionalmente, el proyecto contribuye al fortalecimiento de la economía local mediante la compra de materias primas a proveedores de la región, lo cual incentiva el consumo interno y apoya el desarrollo de pequeños y medianos productores.

Desde el punto de vista fiscal, el restaurante aportará al recaudo de impuestos a nivel municipal y nacional, incluyendo obligaciones como industria y comercio, IVA y demás tributos aplicables, contribuyendo así al financiamiento del desarrollo local.

De acuerdo con los resultados de la evaluación financiera, el proyecto presenta indicadores positivos (VPN, TIR y RBC), lo cual evidencia su capacidad para generar rentabilidad y sostenibilidad económica en el tiempo.

Finalmente, el proyecto tiene potencial de crecimiento y expansión, ya que, en la medida en que logre posicionarse en el mercado, podrá ampliar su capacidad operativa, incrementar sus ingresos y generar un mayor impacto económico en la ciudad de San Juan de Pasto.

8.2 Incidencias ambientales

En la actualidad, la dimensión ambiental representa un aspecto esencial dentro de cualquier actividad empresarial, debido a que el crecimiento económico debe estar acompañado de prácticas sostenibles que reduzcan los impactos negativos sobre el medio ambiente. En este sentido, el sector gastronómico presenta incidencias ambientales relevantes debido al consumo de agua, energía, gas, generación de residuos sólidos, residuos orgánicos y uso de empaques desechables.

Por lo tanto, el restaurante de comidas rápidas tipo fusión, aunque no corresponde a una industria altamente contaminante, sí debe implementar medidas responsables para minimizar su huella ecológica y asegurar el cumplimiento de la normatividad ambiental vigente en Colombia.

Según Gestión de Recursos Naturales (s.f.), el impacto ambiental se define como la alteración del medio ambiente provocada directa o indirectamente por un proyecto o actividad en un área determinada, y se entiende como una modificación generada por la acción humana o natural. En coherencia con este concepto, el restaurante puede generar impactos ambientales asociados principalmente a:

a) Generación de residuos sólidos y orgánicos

El restaurante producirá residuos orgánicos como cáscaras, sobras de alimentos, residuos de frutas y verduras, huesos, grasas y aceites. Estos residuos, si no son manejados correctamente, pueden generar contaminación, malos olores, proliferación de plagas y afectación sanitaria.

Asimismo, también se generarán residuos sólidos no orgánicos como empaques plásticos, papel, cartón, botellas, latas, servilletas y otros materiales derivados del servicio al cliente. Por esta razón, es fundamental implementar un plan interno de manejo de residuos sólidos basado en separación en la fuente, reciclaje y disposición adecuada.

b) Manejo de aceites usados de cocina

Uno de los residuos más críticos en negocios de comidas rápidas es el aceite vegetal usado, el cual puede generar un impacto ambiental significativo si es vertido en lavamanos, alcantarillado o suelos, ya que contamina el agua y dificulta el tratamiento de aguas residuales.

En consecuencia, el restaurante deberá implementar un protocolo de recolección y almacenamiento seguro del aceite usado para entregarlo a gestores autorizados, promoviendo el reciclaje y reutilización industrial.

c) Consumo de agua y energía

El funcionamiento del restaurante demandará agua para lavado de alimentos, utensilios, limpieza de instalaciones y servicios sanitarios. Igualmente, se requerirá energía eléctrica y gas para la operación de equipos como freidoras, hornos, planchas, refrigeradores, licuadoras y sistemas de iluminación.

Por lo tanto, se recomienda que el restaurante implemente prácticas como:

- Uso racional del agua.
- Mantenimiento constante de grifos para evitar fugas.
- Uso de bombillas LED.
- Apagado de equipos cuando no se utilicen.
- Optimización de procesos de cocción y refrigeración.

Estas acciones no solo reducen el impacto ambiental, sino que también permiten disminuir costos operativos, generando beneficios económicos y sostenibilidad financiera.

d) Uso de empaques desechables

En los restaurantes de comidas rápidas es común el uso de empaques para domicilios, vasos desechables y bolsas plásticas. Sin embargo, este tipo de materiales genera contaminación y aumenta el volumen de residuos no biodegradables.

Por ello, se plantea como estrategia empresarial utilizar empaques biodegradables o reciclables y promover campañas de reducción de plásticos de un solo uso, lo cual fortalece la imagen del negocio y responde a las tendencias actuales de consumo responsable.

e) Compromiso ambiental del restaurante

Finalmente, es importante destacar que el restaurante, al adoptar medidas de gestión ambiental, podrá proyectarse como una empresa responsable, mejorando su reputación ante los clientes, fortaleciendo su competitividad y cumpliendo con principios de sostenibilidad.

De esta manera, el restaurante podrá contribuir al cuidado del entorno, fomentando una cultura de consumo consciente, apoyando el reciclaje y promoviendo prácticas ambientales dentro del equipo de trabajo.

8.3 Incidencias sociales

Las incidencias sociales representan uno de los impactos más significativos derivados de la creación de un restaurante de comidas rápidas tipo fusión, ya que este tipo de emprendimiento influye directamente en la comunidad mediante la generación de empleo, el fortalecimiento del comercio local y el desarrollo de nuevas oportunidades para la población.

En este sentido, la apertura del restaurante tendrá un impacto positivo sobre la sociedad pastusa, principalmente porque contribuye a enfrentar problemáticas como el desempleo, la informalidad laboral y la falta de oportunidades para jóvenes y personas con poca experiencia laboral.

Es importante considerar que la ciudad de San Juan de Pasto presenta desafíos sociales relacionados con la estabilidad laboral y el acceso a empleo formal, especialmente para población joven, madres cabeza de hogar y personas que han trabajado en condiciones informales. Por ello, este proyecto se convierte en una alternativa de crecimiento social y económico, al generar oportunidades laborales con condiciones más estables y acceso a seguridad social.

Entre las incidencias sociales más relevantes del restaurante se destacan:

a) Generación de empleo y bienestar familiar

El restaurante generará empleos directos para la operación diaria, lo cual permitirá mejorar la calidad de vida de las familias beneficiadas, ya que el ingreso económico producto del empleo contribuye al acceso a alimentación, educación, salud y bienestar general.

De igual manera, al promover empleos formales, se fomenta la afiliación a seguridad social, ARL y prestaciones legales, fortaleciendo el bienestar integral del trabajador y reduciendo la vulnerabilidad social.

b) Desarrollo de habilidades y crecimiento personal

El restaurante permitirá capacitar al personal en áreas como manipulación de alimentos, atención al cliente, técnicas de cocina rápida, manejo de caja, administración básica y servicio al consumidor. Esto representa una oportunidad significativa para el desarrollo de competencias laborales, especialmente en jóvenes que buscan su primera experiencia de trabajo.

Estas capacidades adquiridas se convierten en herramientas valiosas que incrementan la empleabilidad futura de los trabajadores y contribuyen a su crecimiento profesional.

c) Fortalecimiento cultural y gastronómico

Al tratarse de un restaurante de comidas rápidas tipo fusión, el proyecto aporta al fortalecimiento cultural y gastronómico de la región, ya que combina elementos de cocina tradicional con tendencias modernas, permitiendo la innovación en sabores y presentaciones.

Esto contribuye a que la gastronomía local evolucione, se diversifique y se proyecte como un atractivo para residentes y turistas, promoviendo el orgullo cultural y el reconocimiento de la identidad culinaria regional.

d) Relación con proveedores locales

La empresa tendrá incidencia social positiva al adquirir materias primas a proveedores locales, apoyando a agricultores, distribuidores y comerciantes del municipio y del departamento de Nariño. Esto fomenta el comercio interno y contribuye a la estabilidad económica de pequeñas unidades productivas.

Además, se puede fortalecer la relación con emprendedores regionales mediante alianzas con panaderías locales, productores de lácteos, empresas de bebidas artesanales y proveedores de productos agrícolas.

e) Mejora de la experiencia del consumidor

Desde el enfoque social, el restaurante también beneficiará a la comunidad al brindar un espacio moderno, seguro y accesible para el consumo de alimentos, mejorando la oferta gastronómica local. Esto contribuye al bienestar social, ya que ofrece un lugar de integración familiar y juvenil, donde las personas pueden compartir experiencias.

CONCLUSIONES

- El plan de negocios del restaurante de comidas rápidas tipo fusión en la ciudad de San Juan de Pasto es viable desde el punto de vista técnico, organizacional y financiero, ya que integra de manera coherente los diferentes estudios requeridos para su implementación.

- Desde el análisis de mercado, se evidencia que existe una demanda creciente por productos de comida rápida con propuestas innovadoras, lo cual favorece la aceptación del restaurante y su posicionamiento dentro del sector gastronómico local.
- La estructura organizacional definida permite garantizar un adecuado funcionamiento del negocio, al establecer funciones claras, facilitar la coordinación del personal y contribuir a la eficiencia en la prestación del servicio.
- En el componente ambiental, el proyecto cumple con los lineamientos básicos de sostenibilidad mediante la implementación de estrategias de manejo de residuos, uso eficiente de recursos y prácticas responsables, lo cual reduce impactos negativos y fortalece la responsabilidad social empresarial.
- Desde el punto de vista económico, la inversión inicial estimada es adecuada para la puesta en marcha del restaurante, permitiendo cubrir los requerimientos de infraestructura, equipos y capital de trabajo necesarios para su operación.
- El análisis financiero proyectado demuestra que el negocio genera ingresos anuales desde \$396.000.000 en el primer año, con crecimiento sostenido, lo cual garantiza la cobertura de costos y gastos operativos.
- El punto de equilibrio identificado confirma que el restaurante puede alcanzar sostenibilidad financiera al superar el nivel mínimo de ventas requerido, lo cual permite planificar estrategias comerciales realistas.
- Los indicadores financieros obtenidos evidencian la rentabilidad del proyecto, con un Valor Presente Neto positivo, una Tasa Interna de Retorno superior a la tasa de oportunidad y una Relación Beneficio-Costo mayor a 1, lo que confirma que la inversión genera valor económico.

- Finalmente, el proyecto presenta un impacto positivo en el ámbito económico y social, al generar empleo, dinamizar la actividad comercial y fortalecer la oferta gastronómica de la ciudad, consolidándose como una propuesta sostenible y con potencial de crecimiento.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda implementar un sistema de control administrativo permanente, basado en registros diarios de ventas, costos de producción, gastos y utilidades, con el fin de

garantizar la estabilidad financiera del restaurante y evitar pérdidas asociadas a una inadecuada gestión del flujo de caja.

- Es importante desarrollar manuales internos de funciones, procedimientos y protocolos de atención al cliente, con el propósito de estandarizar los procesos operativos y asegurar un servicio de alta calidad, manteniendo la identidad organizacional del restaurante.

- Se recomienda realizar capacitaciones periódicas al personal en temas de manipulación de alimentos, servicio al cliente, higiene, bioseguridad y trabajo en equipo, debido a que el talento humano es un factor clave en la satisfacción del cliente y en la reputación del negocio.

- Se aconseja fortalecer estrategias de marketing digital mediante el uso de redes sociales, publicidad en plataformas digitales, alianzas con influenciadores locales y campañas promocionales, considerando que el público objetivo se ve influenciado por tendencias gastronómicas digitales.

- Para garantizar el cumplimiento de la normatividad ambiental, se recomienda implementar un Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos (PGIRS), que incluya separación en la fuente, clasificación de residuos y manejo adecuado de desechos.

- Se recomienda aplicar estrategias de sostenibilidad como el uso de empaques biodegradables, la reducción de plásticos de un solo uso y campañas internas de ahorro de agua y energía, fortaleciendo la responsabilidad ambiental del restaurante.

- Es fundamental mantener un monitoreo constante del punto de equilibrio, con el fin de ajustar precios, promociones y costos de producción, garantizando la sostenibilidad financiera del negocio.

- Se recomienda diversificar el menú con productos complementarios como bebidas artesanales, combos, opciones saludables o alternativas vegetarianas, con el fin de ampliar el mercado objetivo y mejorar la competitividad.
- Es importante establecer relaciones sólidas con proveedores locales para asegurar precios estables, calidad de materias primas y abastecimiento constante, fortaleciendo además la economía regional.
- Finalmente, se recomienda realizar evaluaciones financieras anuales y auditorías internas, revisando estados financieros e indicadores clave, con el fin de tomar decisiones oportunas y mantener la viabilidad económica del proyecto.
- Se recomienda a las entidades del sector público promover programas de apoyo a emprendimientos gastronómicos mediante capacitación, asesoría y acceso a financiación, con el fin de fortalecer el desarrollo empresarial en la región.
- Se recomienda a las instituciones de educación superior fomentar proyectos de investigación y asesoría en el sector gastronómico, contribuyendo a la innovación y competitividad del mercado local.
- Se recomienda a los gremios y asociaciones del sector gastronómico promover alianzas estratégicas entre restaurantes, que permitan fortalecer la competitividad, el crecimiento y la sostenibilidad del sector.

REFERENCIAS

Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de proyectos* (7.^a ed.). McGraw-Hill.

Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2015). *Principios de finanzas corporativas* (11.^a ed.). McGraw-Hill Education.

Chiavenato, I. (2017). *Administración de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones* (10.^a ed.). McGraw-Hill Education.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2019). *Resultados del Censo Nacional de Población y Vivienda 2018: Pasto, Nariño*. [DANE](#)

Euromonitor International. (2021). *Top 10 global consumer trends 2021*. [Euromonitor International](#)

García, L., & Molina, D. (2022). Innovación y experiencia del consumidor en restaurantes de cocina fusión: Un enfoque desde el marketing sensorial. *Revista de Investigación en Ciencias Sociales*, 18(1), 85–103.

Gil, M. (2020). Tendencias en innovación gastronómica y experiencia del cliente. *Revista Internacional de Administración y Marketing Gastronómico*, 12(3), 58–72.

Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2012). *Principios de administración financiera* (12.^a ed.). Pearson.

Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2016). *Principios de administración financiera* (14.^a ed.). Pearson Educación.

Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2012). *Contabilidad de costos: Un enfoque gerencial* (14.^a ed.). Pearson Educación.

Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración: Una perspectiva global y empresarial* (14.^a ed.). McGraw-Hill.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de marketing* (15.^a ed.). Pearson Educación.

Malhotra, N. K. (2019). *Investigación de mercados* (7.^a ed.). Pearson Educación.

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2015). *Decreto 1076 de 2015: Decreto Único Reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible*. Gobierno de Colombia.

Muñoz, L., & Martínez, S. (2021). Gastronomía fusión: Tendencias contemporáneas en la experiencia del comensal. *Revista de Estudios Gastronómicos*, 5(2), 45–58.

Organización de las Naciones Unidas. (2015). *Transformar nuestro mundo: La Agenda 2030 para el desarrollo sostenible*. Naciones Unidas.

Ortiz Anaya, H. (2018). *Análisis financiero aplicado y normas internacionales de información financiera NIIF* (16.^a ed.). Universidad Externado de Colombia.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio: Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores*. Deusto.

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2013). *La economía de la experiencia*. Harvard Business Review Press.

Polimeni, R. S., Fabozzi, F. J., & Adelberg, A. H. (1994). *Contabilidad de costos: Conceptos y aplicaciones para la toma de decisiones gerenciales*. McGraw-Hill.

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. (2019). *Perspectivas del medio ambiente mundial (GEO)*. PNUMA.

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Administración* (13.^a ed.). Pearson Educación.

Ross, S. A., Westerfield, R., & Jordan, B. D. (2018). *Fundamentos de finanzas corporativas* (12.^a ed.). McGraw-Hill Education.

Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2011). *Preparación y evaluación de proyectos* (6.^a ed.). McGraw-Hill.

Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos* (6.^a ed.). McGraw-Hill Education.

Schmitt, B. H., & Rogers, D. L. (2008). *Marketing experiencial*. McGraw-Hill Interamericana.

Van Horne, J. C., & Wachowicz, J. M. (2010). *Fundamentos de administración financiera* (13.^a ed.). Pearson Educación.

Anexos**UNIVERSIDAD CESMAG****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES****PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Encuesta dirigida a clientes Objetivo: Identificar las preferencias y el comportamiento de consumo de los habitantes de San Juan de Pasto frente a la comida rápida tipo fusión, con el fin de estimar la demanda del proyecto.

Instructivo: Marque con una (X) la opción que corresponda según su criterio. La información recolectada será utilizada únicamente con fines académicos y de investigación.

1. Género

- a) Femenino
- b) Masculino
- c) Otro: _____

2. Edad

- a) Menores de 18 años
- b) Entre 19 y 25 años
- c) Entre 26 y 32 años
- d) Entre 33 y 39 años
- e) Entre 40 y 46 años
- f) 47 años en adelante

3. ¿Con qué frecuencia consume comidas rápidas?

- a) A diario
- b) Varias veces por semana
- c) Una vez por semana
- d) Ocasionalmente
- e) Casi nunca

4. ¿Qué tan familiarizado(a) está con el concepto de comida fusión?

- a) Muy familiarizado(a)
- b) Algo familiarizado(a)
- c) He oído hablar del término, pero no sé bien qué significa
- d) No tengo conocimiento sobre el tema

5. ¿Qué tipo de cocina le gustaría ver combinada en un restaurante de comida rápida tipo fusión?

- a) Asiática y latinoamericana
- b) Mediterránea y mexicana
- c) Americana y japonesa
- d) Otra (especifique): _____

6. ¿En qué formato prefiere consumir comida rápida?

- a) Para llevar
- b) Servicio a domicilio (por aplicación o teléfono)
- c) En el restaurante
- d) Pedido en línea para recoger

7. ¿Cuáles son los factores más importantes para elegir un restaurante de comidas rápidas?

(Seleccione 3)

- a) Precio
- b) Sabor y calidad
- c) Variedad en el menú
- d) Opciones saludables
- e) Presentación de los platos
- f) Tiempo de espera
- g) Atención al cliente
- h) Ubicación

8. ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por un plato principal de comida rápida tipo fusión?

- a) Menos de \$25.000
- b) Entre \$25.000 y \$30.000
- c) Entre \$30.000 y \$35.000
- d) Entre \$35.000 y \$45.000 o más

9. ¿Qué tan importante es para usted que un restaurante de comidas rápidas ofrezca opciones saludables?

- a) Muy importante
- b) Algo importante
- c) No es un factor decisivo
- d) No me interesa
- e) No consumo comida rápida

10. ¿Cómo prefiere conocer nuevos restaurantes?

- a) Redes sociales
- b) Recomendaciones de amigos o familiares

- c) Aplicaciones de comida
- d) Publicidad en internet o televisión

11. ¿Qué tan probable sería que visitara un restaurante de comidas rápidas tipo fusión en su ciudad?

- a) Muy probable
- b) Probable
- c) Poco probable
- d) Nada probable

12. ¿Qué tan importante es la presentación de los platos en su decisión de compra?

- a) Muy importante
- b) Algo importante
- c) No es un factor decisivo
- d) No me interesa

13. ¿Le gustaría que la experiencia incluyera una aplicación móvil con pedidos y recompensas?

- a) Sí, definitivamente
- b) Sería interesante
- c) No lo considero necesario

14. ¿Cuáles son los horarios en los que más consume comida rápida?

- a) Desayuno
- b) Almuerzo
- c) Cena
- d) Snacks o entre comidas

15. ¿Tiene algún comentario o sugerencia sobre lo que le gustaría ver en un restaurante de comidas rápidas tipo fusión?

Gracias por su colaboración

ENTREVISTA DIRIGIDA A RESTAURANTES / COMPETENCIA

Objetivo: Analizar el comportamiento del mercado de comidas rápidas en San Juan de Pasto, identificando aspectos relevantes de competencia, preferencias de los consumidores, precios, tendencias de consumo y estrategias de comercialización, con el fin de sustentar la viabilidad del proyecto de restaurante de comidas rápidas tipo fusión.

Somos estudiantes del programa de Profesionalización en Administración de Empresas de la Universidad CESMAG, y la siguiente entrevista tiene como propósito recopilar información sobre el comportamiento del mercado de comidas rápidas en la ciudad de San Juan de Pasto.

La información obtenida será utilizada de forma confidencial y exclusivamente con fines académicos, para el desarrollo del Plan de Negocios de un Restaurante de Comidas Rápidas Tipo Fusión.

A continuación, encontrará un total de 20 preguntas, las cuales deben ser respondidas en su totalidad para fines de análisis e investigación.

Por favor responda según corresponda.

1. ¿Qué tipo de clientes atiende principalmente su negocio?

(Marque con una X las opciones que considere)

☐ Jóvenes (15 a 25 años)

☐ Adultos jóvenes (26 a 35 años)

☐ Adultos (36 a 50 años)

☐ Familias

☐ Turistas

☐ Otro: _____

2. ¿Cuántos empleados tiene actualmente su establecimiento?

☐ 1 a 5

☐ 6 a 10

☐ 11 a 20

☐ Más de 20

3. ¿Cuáles considera que son los factores más importantes que influyen en la decisión de compra de sus clientes?

☐ Precio

☐ Sabor y calidad

☐ Rapidez en el servicio

☐ Presentación del producto

☐ Atención al cliente

☐ Ubicación

☐ Publicidad y redes sociales

☐ Promociones y combos

☐ Otro: _____

4. ¿Cuál considera usted que es su competencia directa en el mercado de comidas rápidas en Pasto?

5. ¿En su opinión, ¿cómo ha cambiado la competencia en los últimos años en cuanto a la forma de vender y promocionar comidas rápidas?

6. ¿Cómo percibe la competencia local en relación con los precios?

7. ¿Qué estrategias utiliza su negocio para atraer clientes?

- ☐ Promociones y descuentos
- ☐ Combos especiales
- ☐ Publicidad en redes sociales
- ☐ Domicilios
- ☐ Servicio rápido
- ☐ Productos innovadores
- ☐ Calidad superior del producto
- ☐ Otro: _____

8. ¿Cuáles son los métodos de pago que más utilizan sus clientes?

- ☐ Efectivo
- ☐ Nequi/Daviplata
- ☐ Tarjetas débito/crédito
- ☐ Transferencias bancarias
- ☐ Pago por aplicaciones (RAPPI, IFOOD, PSE U OTRAS)

9. ¿Su negocio cuenta con servicio de domicilio o alianzas con plataformas digitales?

☐ Sí

☐ No

Si su respuesta fue sí, indique cuál(es):

10. ¿Considera que el uso de plataformas digitales y redes sociales ha incrementado sus ventas?

☐ Sí

☐ No

¿Por qué?

11. ¿Cuáles son los productos o platos más vendidos en su negocio?

12. ¿En qué horarios considera usted que se concentra el mayor volumen de ventas?

☐ Desayuno

☐ Almuerzo

☐ Cena

☐ Fines de semana

☐ Entre comidas (snacks)

13. ¿Cómo percibe la aceptación del público frente a productos innovadores, como la comida rápida tipo fusión?

14. ¿Considera que en Pasto existe un mercado potencial para un restaurante de comidas rápidas tipo fusión?

☐ Sí

☐ No

☐ Tal vez

Explique brevemente:

15. ¿Cuántas ventas promedio realiza diariamente su establecimiento?

☐ Menos de 30 ventas diarias

☐ Entre 30 y 60 ventas diarias

☐ Entre 61 y 100 ventas diarias

☐ Más de 100 ventas diarias

16. ¿Cuánto estima que gasta en promedio un cliente por compra en su negocio?

☐ Menos de \$15.000

☐ Entre \$15.000 y \$25.000

☐ Entre \$25.000 y \$35.000

☐ Más de \$35.000

17. ¿Cuáles considera que son las principales dificultades que enfrenta un negocio de comidas rápidas en Pasto?

☐ Altos costos de insumos

☐ Competencia fuerte

☐ Falta de clientes

☐ Arriendos costosos

☐ Personal y rotación laboral

☐ Costos de publicidad

☐ Regulaciones sanitarias

☐ Otro: _____

18. ¿Qué proveedores considera más importantes para su negocio?

19. ¿En los últimos años sus ventas han aumentado o disminuido?

☐ Han aumentado

☐ Se han mantenido

☐ Han disminuido

Explique brevemente:

20. ¿Qué recomendación le daría a un nuevo emprendimiento que quiera entrar al mercado de comidas rápidas en Pasto?

¡Muchas gracias por su tiempo y colaboración!

 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

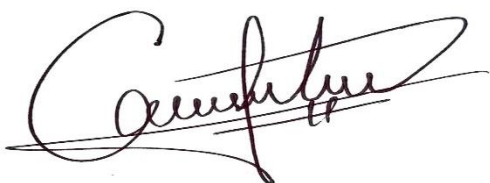
San Juan de Pasto, **12 de agosto 2026**

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 la creación de un restaurante de comidas rápidas tipo Fusión ubicado en la ciudad de san Juan de Pasto**, presentado por la autora **Diana Suleidi Mirama Perez**, del Programa Académico **Administración de empresas**, al correo electrónico biblioteca.trabajosdegrado@unicesmag.edu.co. Manifiesto como asesora, 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,



 Asesor: Everth Camilo Estupiñan Hidalgo
 1085308794
 Administración de Empresas
 3166126718
everthestupinan@gmail.com

 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: Diana Suleidi Mirama Perez	Documento de identidad: 1004726854
Correo electrónico: dianamirama6@gmail.com	Número de contacto: 3215660823
Nombres y apellidos del autor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Nombres y apellidos del autor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Nombres y apellidos del autor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Nombres y apellidos del asesor: Everth Camilo Estupiñan Hidalgo	Documento de identidad: 1085308794
Correo electrónico: everthestupinan@gmail.com	Número de contacto: 3166126718
Título del trabajo de grado: Plan de negocios para la creación de un restaurante de comidas rápidas tipo Fusión ubicado en la ciudad de San Juan de Pasto	
Facultad y Programa Académico: Ciencias Administrativas y contables, Administración de Empresas	

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
---	--	---

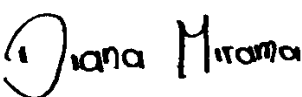
- b) Se autoriza a la Universidad CESMAG para publicar el Trabajo de Grado o de Aplicación en formato digital y teniendo en cuenta que uno de los medios de publicación del repositorio institucional es el internet, acepto(amos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación circulará con un alcance mundial.
- 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 **12** días del mes de **agosto** del año **2026**

	Firma del autor
Nombre del autor: Diana Suleidi Mirama Perez	Nombre del autor:
Firma del autor	Firma del autor
Nombre del autor:	Nombre del autor:



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

Nombre del asesor:
Everth Camilo Estupiñan Hidalgo