



Título del proyecto de grado

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREAR UN RESTAURANTE DE COMIDA
SALUDABLE Y VEGETARIANA EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE CALI

TATIANA RODRIGUEZ COLLAZOS

LLILSON FELIPE CALDERON FERNANDEZ

Código

2031182715 - 20311827489

Universidad Antonio Nariño

Programa Administración de empresas

Facultad de ciencias económicas

Cali, Colombia

2023

Título del proyecto de grado

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREAR UN RESTAURANTE DE COMIDA
SALUDABLE Y VEGETARIANA EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE CALI

Nombres y apellidos completos del autor o autores

TATIANA RODRIGUEZ COLLAZOS

LLILSON FELIPE CALDERÓN FERNÁNDEZ

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

Administrador de empresas

Director (a):

CARLOS ALBERTO DUQUE GALLARDO

Línea de Investigación:

INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

Universidad Antonio Nariño

Programa Administración de empresas

Facultad de ciencias económicas

Cali, Colombia 2023

NOTA DE ACEPTACIÓN

El trabajo de grado titulado

Estudio de factibilidad para crear un restaurante de comida saludable y vegetariana en el norte de la ciudad de Cali,

Cumple con los requisitos para optar

Al título de Administrador de empresas.

-

Firma del Tutor

-

Firma Jurado

-

Firma Jurado

Cali, 2023

Agradecimientos

El presente trabajo de grado, queremos agradecerle a Dios primeramente por poder permitirnos culminar de manera exitosa el trabajo y de poder hacer realidad todo lo que se ha venido presentando a nivel educativo a la UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO y por darnos la oportunidad de terminar nuestros estudios como profesional.

Al Doctor Carlos Alberto Duque Gallego y a nuestro coordinador Luis Fernando Ordoñez quien con sus dedicaciones y conocimientos lograron poder que termináramos el trabajo y estudios con éxito.

También se les agradece a todos los docentes que durante toda nuestra carrera han aportado sus conocimientos, gracias a todos ellos y ellas por ser parte de este triunfo y por brindarnos la oportunidad de avanzar en cada semestre para así culminar con este último, infinitas gracias.

Dedicatoria

Primero, queremos agradecer a Dios que nos permitió culminar este proceso y esta etapa de nuestra vida de la mejor manera, a nuestro tutor de trabajo de grado por el apoyo recibido durante el desarrollo de este.

A nuestros padres, hermanos y parejas por el apoyo constante durante toda nuestra carrera.

Resumen

El presente trabajo se realiza como un estudio donde se busca demostrar la factibilidad de crear un restaurante vegetariano y saludable en el norte de la ciudad de Cali, el trabajo recopila información de fuentes primarias y secundarias, iniciando se realizó un análisis del problema de investigación, luego se procede con el desarrollo de las demás variables como es diseñar la estructura administrativa - el marco legal para el funcionamiento se proponen los requerimientos técnicos y operativos, se realiza un estudio de mercado de los restaurantes tipo vegetarianos en la ciudad de Cali y por último un estudio financiero y económico para determinar la factibilidad de un restaurante vegetariano en la ciudad de Cali.

Abstract

The present work is carried out as a study where it is sought to demonstrate the feasibility of creating a vegetarian and healthy restaurant in the north of the city of Cali, the work collects information from primary and secondary sources, beginning an analysis of the research problem, then we proceed with the development of the other variables, such as designing the administrative structure - the legal framework for the operation, the technical and operational requirements are proposed, a market study of vegetarian type restaurants in the city of Cali is carried out and finally a financial and economic study to determine the feasibility of a vegetarian restaurant in the city of Cali.

Índice

Introducción	13
Planteamiento del problema.....	14
Antecedentes	14
Descripción del Problema.....	15
Pregunta de Investigación.....	15
Sistematización del Problema.....	15
Objetivo General.....	16
Objetivos Específicos.....	16
Marco Referencial.....	17
Marco Contextual.....	17
Estado del Arte.....	19
Tipos de consumidores vegetarianos y sus motivaciones.....	22
Marco Teórico y Conceptual	24
Definición y Tipo de estudio.....	30
Primarias	30
Secundarias	30
Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información.....	31

Técnicas	31
Instrumentos.....	31
Población.....	31
Tamaño de la muestra	32
Cálculo de la demanda insatisfecha	33
Demanda proyectada de mercado	34
Estructura Administrativa y Marco Legal Para El Funcionamiento de Un Restaurante Vegetariano En La Ciudad de Cali	
Propietario y/o gerente	54
Contabilidad.....	54
Mercadeo y marketing	54
Meseros	54
Cajeros	55
Jefe de cocina.....	55
Auxiliares de cocina.....	55
Stiwar	55
Requerimientos técnicos y operativos	56
Promedio de baños por número de clientes	57

Lockers	57
Instalación de gas	57
Bodega	58
Conservación de alimentos	58
Piso.....	58
Paredes	58
Techo.....	58
Puertas y ventanas.....	59
Iluminación	59
Depósito para basura.....	59
Botiquín.....	59
Extintor	60
Extintores requeridos	60
El restaurante vegetariano deberá contar con	60
Personal.....	61
Operación en el restaurante.....	62
Manual de procedimientos con estandarización de procesos	62
Requerimiento de insumos.....	62

Recepción de mercancía	62
Control de calidad.....	63
Estudio financiero	63
Evaluación económica y financiera	72
Tasa interna de retorno (TIR)	72
Conclusiones	74
Referencias.....	75
Anexos	78

Índice de tablas

Tabla 1: Barrios.....	17
Tabla 2: Resultados.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 3. Demanda.....	33
Tabla 4. Demanda proyectada.....	34
Tabla 5 Oferta.....	35
Tabla 10: numero de empleados.....	57
Tabla 11: baos por clientes.....	57
Tabla 12: extintores.....	60
Tabla 13: personal requerido.....	61
Tabla 14: inversion en activos fijos.....	64
Tabla 15.....	65
Tabla 16: costos de servicio del local.....	66
Tabla 17: estado de resultados fase 1.....	67
Tabla 18: estado de resultados fase 2.....	68
Tabla 19: estado de resultados fase 3.....	70
Tabla 20: flujo de caja primer semestre.....	71
Tabla 21: Flujo de caja segundo semestre.....	71

Índice de figuras

Figura 1: Mapa numero 1.....	19
Figura 2 Años vs. Demanda.....	34
Figura 3: años vs oferta.....	36
Figura 4: encuesta por genero.....	42
Figura 5: encuesta rango edad.....	43
Figura 6: Lugar recurrente de almuerzo.....	44
Figura 7: frecuencia visita a restaurantes.....	44
Figura 8: pregunta asistencia a un restaurante vegetariano	45
Figura 9: pregunta alimentacion saludable	46
Figura 10: Pregunta enfermedad sobre dieta	47
Figura 11: Pregunta restaurante vegetariano.....	48
Figura 12: Pregunta comida saludable	49
Figura 13: Preguntanuevo restaurante en Cali	50
Figura 14: Logo.....	52
Figura 15: Organigrama.....	56
Figura 16: Plano restaurante	56

Introducción

En el siguiente trabajo en primer lugar, se mencionan las consecuencias que tiene el consumo de carne para la salud humana, posteriormente se menciona la relación entre vegetarianismo - bienestar animal y por último, se propone la alternativa de crear un restaurante vegetariano que tenga como objetivo ofrecer productos diferentes para el consumo humano a base de alimentos sin carne provenientes de los animales.

Actualmente los grupos de personas vegetarianas y naturistas van en crecimiento, a través de los años se han establecido restaurantes vegetarianos con el fin de satisfacer la necesidad de las personas que optaron por este estilo de alimentación, y por ende se presenta una investigación de mercados en el cual se determinará el nivel de aceptación de las comidas vegetarianas y saludables en Santiago de Cali y al mismo tiempo se descubrirán los gustos y preferencias de las individuos encuestados para este fin.

Planteamiento del problema

Antecedentes

De acuerdo al artículo “Postura de la Asociación Americana de Dietética: dietas vegetarianas. Actividad Dietética”, el cual refiere que el consumo excesivo de carne se ha relacionado con efectos negativos para la salud, el medio ambiente y el bienestar animal, por esta razón, numerosas personas desde ahora están empezando a reducir el consumo de carnes de origen animal, y por este motivo se aumenta el consumo de sustitutos de la carne. (Craig, 2010)

Los consumidores de productos de origen animal generalmente están protegidos de la disonancia moral asociada con la matanza de ganado. No obstante, los consumidores buscan cada vez más formas de reducir o evitar la carne en sus dietas debido a preocupaciones sobre la salud individual y los impactos globales nocivos de la producción de carne. (Choi, 2021)

Este artículo propone que consumir alimentos vegetarianos es uno de los cambios clave en el estilo de vida que podría reducir las emisiones de gases de efecto invernadero. Sin embargo, la transformación o cambio en los hábitos alimentarios para disminuir el cambio climático ha recibido poca atención hasta la fecha en comparación con otros comportamientos ecológicos. (Kerslake E, 2022)

Descripción del Problema

En el norte de la ciudad de Cali no hay mucha oferta de restaurantes saludables y/o vegetarianos que permitan a los ciudadanos mantener y/o cambiar su estilo de vida para que este sea saludable y así mismo cuidar su estado de salud previniendo enfermedades. (Kerslake, 2022)

Pregunta de Investigación

¿Es factible la creación de un restaurante de comida vegetariana y/o saludable en el norte de la ciudad de Cali?

Sistematización del Problema

- ¿Cuál sería la estructura administrativa y el marco legal para el funcionamiento de un restaurante vegetariano en la ciudad de Cali?
- ¿Cuáles son los requerimientos técnicos y operativos para la creación de un restaurante tipo vegetariano en la ciudad de Cali?
- ¿Cómo determinar el mercado de los restaurantes tipo vegetarianos en la ciudad de Cali?
- ¿Cuál sería el estudio financiero que se debe realizar para determinar la factibilidad de un restaurante vegetariano en la ciudad de Cali?

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para crear un restaurante de comida saludable y vegetariana en el norte de la ciudad de Cali.

Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado de los restaurantes tipo vegetarianos en la ciudad de Cali
- Diseñar la estructura administrativa y el marco legal para el funcionamiento de un restaurante vegetariano en la ciudad de Cali
- Proponer los requerimientos técnicos y operativos para la creación de un restaurante tipo vegetariano en la ciudad de Cali
- Realizar un estudio financiero y económico para determinar la factibilidad de un restaurante vegetariano en la ciudad de Cali

Marco Referencial

Marco Contextual

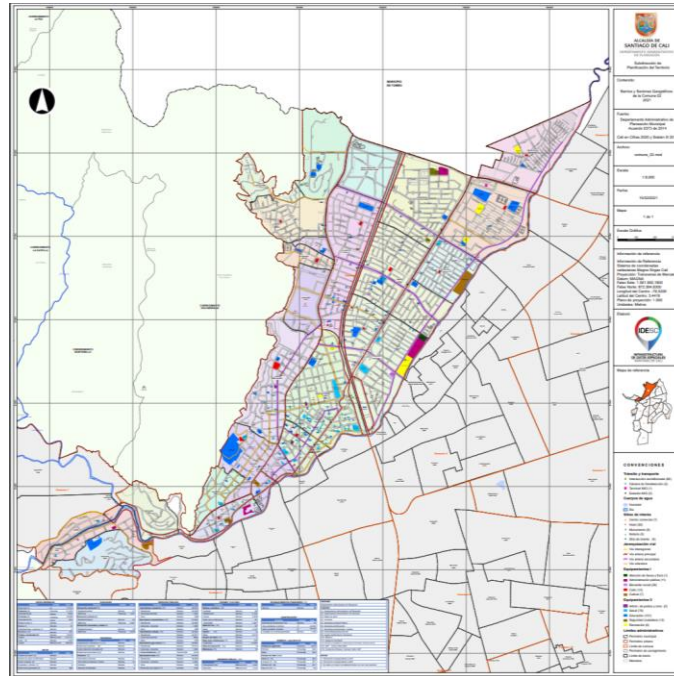
El estudio de factibilidad se realizará en la ciudad de Cali, exactamente en el norte de la ciudad, donde se encuentra ubicada la comuna 2 que comprende los siguientes barrios:

Tabla 1: Barrios

Santa Rita
Santa Teresita
Arboledas
Normandía
Juanambú
Centenario
Granada
Versalles
San Vicente
Santa Mónica
Prados del Norte

La Flora
La Campiña
La Paz
El Bosque
Menga
Ciudad Los Alamos
Chipichape
Brisas de los Alamos
Urbanización La Merced
Vipasa
Urbanización La Flora
Altos de Menga
Sector Altos Normandía
Senderos de la Flora

Fuente: Elaboración propia

Figura 1: Mapa numero 1

Fuente: Alcaldía de Cali. (s.f.). [Mapa de Santiago de Cali]. Recuperado el 17 de mayo, 2023, de https://www.cali.gov.co/mapas_ciudad

Estado del Arte

Según el artículo El término “vegetariano” se refiere a una persona que evita consumir carne, mariscos o los productos elaborados a base de estos productos de origen animal (Craig & Mangels, 2009). Desde marzo de 2019, casi 10 millones de personas adultas en los Estados Unidos se identificaron como vegetarianos, lo que representa aproximadamente el 4 % de la población adulta de los EE. UU., y aproximadamente la mitad de los adultos de los EE. UU. Según el artículo las personas de EE.UU piden siempre o a veces un elemento del menú vegetariano, incluso si no son vegetarianos (El Grupo de Recursos Vegetarianos, 2019). Para adaptarse a estas importantes

demandas de clientes vegetarianos y no vegetarianos que prefieren opciones de menú vegetariano, muchos restaurantes han creado opciones de menú vegetariano (Ginsberg, 2017) y han reemplazado una porción de proteína animal en los menús con fuentes de origen vegetal (Martinko, 2016). Sin embargo, el simple hecho de ofrecer opciones de menú vegetariano no garantiza el éxito de un restaurante.

El artículo refiere que el proceso de toma de decisiones relacionado con los alimentos y los comportamientos reales de los clientes del mundo vegetariano, como la compra de alimentos o la selección de restaurantes, según Rivera & Shani “están bastante influenciados por su estilo de vida vegetariano porque la mayoría de estas personas vegetarianas eligen de manera voluntaria por seguir una dieta vegetariana en función de sus creencias y valores”. (Rivera & Shani, 2013).

Según los investigadores (p. ej., Namkung & Jang, 2007; Ponnampalasa & Balaji, 2014) han examinado de manera amplia las relaciones entre los atributos y las ofertas de los restaurantes, la actitud del cliente, la satisfacción del cliente y las intenciones de comportamiento de los clientes de restaurantes en general. Además, en este estudio se investiga los efectos de los atributos del restaurante en la satisfacción y las intenciones de comportamiento de los clientes vegetarianos. Incluye específicamente seis atributos del restaurante (calidad de la comida, calidad del servicio, ambiente, conveniencia, precio y opciones de menú vegetariano) como atributos de calidad del restaurante y dos intenciones de comportamiento (disposición a pagar más e intención de volver a visitar) para examinar las relaciones entre los atributos, el cliente satisfacción e intenciones de comportamiento.

La comida vegetariana existe desde tiempo atrás de cristo, sin embargo, se ha visto un auge e incremento de la demanda de dichos productos de unos pocos años hacia acá en nuestro país. Tanto así que Bogotá, ha llegado a ser considerada “la capital vegetariana de Sudamérica, con gran cantidad de tiendas vegetarianas” (Román, 2008).

Esto también dado a que en Colombia la producción de comida vegetariana es bastante fácil, puesto que no es necesaria la importación de productos, ya que somos un país agrícola, por ello el Producto Interno Bruto (PIB) del sector nos demuestra que durante la década pasada hubo un 12 incremento fue de un 8%, (Portafolio, 2015) dándole una muy buena posición a la gastronomía en nuestro país, pues se encuentra en el puesto décimo entre los sectores más aportantes del PIB colombiano, esto explica que Colombia es una gran industria para el sector gastronómico y sobre todo vegetariano resaltando lo dicho anteriormente, ya que tenemos un país lleno de riquezas agrarias.

Los últimos años han sido buenos para el sector de los restaurantes vegetarianos, debido a que han empezado a crecer en el país, especialmente en Bogotá, no con la fuerza que se espera, ya que adicional a esto la forma de comer de la mayoría de los colombianos incluye dentro de sus dietas productos que no son muy comunes dentro de los restaurantes vegetarianos, como lo son la carne, pollo, atún, fritos y otros (Hernández, 2000). Sin embargo durante el año 2015, se ha introducido mucho en la mentalidad del colombiano los productos fitness y el ejercicio como principales fuentes de ser y estar saludable, lo cual va acompañado de un creciente uso de las ciclo-vías, creaciones de rutinas, manifestaciones de deseos para ir a gimnasio o despertar temprano en la mañana para salir a trotar.

Los alimentos de origen natural son los favoritos de los consumidores hoy día. El sector vegetariano viene creciendo en el País y de su mano la cultura fitness y light que tiene varios adeptos en el mundo. El vegetarianismo sigue ganando adeptos en Colombia y la oferta gastronómica no se queda atrás de la tendencia (El Tiempo, 2014). Existen diferentes tipos de consumidores a la hora de escoger productos vegetarianos, se encuentran de los mismos hombres y mujeres de negocios jóvenes, así mismo personas que consumen productos saludables y personas netamente vegetarianas.

Que las personas troten más, consuman más agua que gaseosa, tengan una dieta basada en frutas y verduras y pocas harinas, grasas saturadas o reducir el consumo de alimentos procesados, demuestra que existe una tendencia o estilo de vida saludable o sano. Un estudio global de Nielsen sobre salud y bienestar, demuestra que cada vez los consumidores prefieren más lo natural. Esta es una tendencia importante hacia los alimentos funcionales o con componentes naturales en los que la sostenibilidad también es un aspecto que cada vez cobra mayor fuerza a la hora de escoger componentes nutricionales (Jiménez, 2015).

Tipos de consumidores vegetarianos y sus motivaciones

Según el artículo Fan et al. (2019) definieron el vegetarianismo como la práctica de vivir con una dieta cuyos alimentos son únicamente de origen vegetal. Como dice la definición de dieta vegetariana, es un perfil dietético caracterizado por abstenerse de consumir carne, productos cárnicos, aves y mariscos (Leitzmann, 2014). Los vegetarianos se pueden clasificar en diferentes grupos (es decir, veganos, lacto-vegetarianos, ovo-vegetarianos, lacto-ovo vegetarianos y pescovegetarianos) según los alimentos que consumen o evitan. Por ejemplo, los ovolactovegetarianos

consumen huevos y productos lácteos, mientras que los pescovegetarianos comen pescado además de huevos y productos lácteos (Tonstad et al., 2009). Además, los veganos evitan todos los ingredientes alimentarios de origen animal (Dinu et al., 2017; Tonstad et al., 2009).

Los consumidores prefieren una dieta vegetariana por varias razones, motivaciones éticas, aspectos relacionados con la salud, creencias religiosas y preocupaciones relacionadas con el medio ambiente (Craig & Mangels, 2009; Dyett et al., 2013; Izmirli & Phillips, 2011; Radnitz et al., 2015). Por ejemplo, mientras que los vegetarianos que tienen motivaciones éticas siguen una dieta vegetariana para evitar dañar a los animales por comida (Fessler et al., 2003), algunos vegetarianos eligen una dieta vegetariana porque creen que tiene aspectos positivos para la salud (Fraser, 2009). Específicamente, los investigadores han demostrado que las dietas vegetarianas no solo pueden reducir la obesidad (Ginsberg, 2017), sino también prevenir enfermedades crónicas (Blasa et al., 2010). Además, algunas personas se han dado cuenta de las implicaciones ambientales de la producción de carne (por ejemplo, la contaminación por el uso de combustibles fósiles, el consumo de agua y tierra, y el metano animal). Por esta razón se ha aumentado el interés de consumir alimentos de origen vegetal (Ginsberg, 2017). Y de esta manera estas razones posiblemente forman una característica y/o creencia única para los clientes vegetarianos que pueden afectar su actitud y comportamiento con respecto al consumo de alimentos en el hogar e incluso cuando comen fuera de casa.

Los consumidores consideran varios atributos, como la calidad de los alimentos, el precio, la calidad del servicio, el ambiente y la ubicación, estas razones influyen en la toma de decisiones relacionadas con los restaurantes (Bufquin et al., 2017). Estas características también se usan como

puntos de referencia, afectando la experiencia del cliente y una evaluación del restaurante antes de la llegada al establecer expectativas durante y después del consumo (Hanefors & Mossberg, 2003).

Marco Teórico y Conceptual

Se define como factibilidad a la disponibilidad de recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, la factibilidad se apoya en 3 aspectos los cuales son: operativo, técnico y económico. Además, el éxito de un proyecto está determinado por el grado de factibilidad que se presente en cada uno de los tres aspectos anteriores. (Aragua, 2018).

La factibilidad operativa se refiere a todos aquellos recursos donde interviene algún tipo de actividad (procesos), depende de los recursos humanos que participen durante la operación del proyecto. Durante esta etapa se identifican todas aquellas actividades que son necesarias para lograr el objetivo y se evalúa y determina todo lo necesario para llevarla a cabo.

La factibilidad técnica se refiere a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, etc., que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto. Generalmente nos referimos a elementos tangibles (medibles). El proyecto debe considerar si los recursos técnicos actuales son suficientes o deben complementarse.

La factibilidad económica se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos y/o para obtener los recursos básicos que deben considerarse son el costo del tiempo, el costo de la realización y el costo de adquirir nuevos recursos.

Generalmente la factibilidad económica es el elemento más importante a que a través de él se solventan las demás carencias de otros recursos, es lo más difícil de conseguir y requiere de actividades adicionales cuando no se posee. (Aragua, 2018)

Estudio de factibilidad

Según el profesor Leonardo Solarte Pazos, el objetivo del estudio de factibilidad es proveer la información necesaria para decidir la conveniencia de ejecutar el proyecto y las características con las que debe realizarse con el propósito de alcanzar los objetivos propuestos.

El estudio de factibilidad se diferencia de la pre factibilidad en su nivel de complejidad. La factibilidad analiza en detalle las variables de mercado, técnicas, financieras organizacionales, con rigurosidad metodológica y profundizando en aquellos aspectos relevantes del proyecto. Su realización, dependiendo de la magnitud del proyecto, puede llegar a considerarse como un proyecto en si mismo. Debo contar con la participación del personal de la organización con conocimientos y experiencia en cada tema o en su defecto personal externo calificado.

Los estudios de factibilidad deben conducir a la obtención de los diseños de mercado, organizaciones, técnicos y financieros que constituirán la base para la planificación del proyecto y su futura ejecución. (Pazos, 2001)

Aspectos que abarcan los estudios de factibilidad:

Según Enrique Núñez Jiménez en su libro llamado “GUÍA PARA LA PREPARACIÓN DE PROYECTOS DE SERVICIOS PÚBLICOS MUNICIPALES”, el estudio de factibilidad de un

proyecto de inversión debe presentar conclusiones acerca de cuestiones relacionadas con los siguientes temas:

- Mercado,
- Técnicos,
- Financieros,
- Institucionales,
- Administrativos y
- Socioeconómicos

Todos estos aspectos o cuestiones están íntimamente relacionados entre sí y por ello se afectan mutuamente. Son interdependientes y entre todos ellos debe darse una permanente coordinación e intercambio de información.

Las cuestiones o temas esenciales a los que se dedica cada uno de los análisis que integran el estudio de factibilidad se describen brevemente a continuación.

Mercado

En este aspecto se debe determinar si existe una demanda insatisfecha (demanda y oferta), cuantificando su magnitud y las expectativas de cómo variará en el tiempo, de los servicios considerados, así como las características que deben tener los mismos.

Técnicos

Se orienta a las cuestiones relativas al tamaño y la localización del proyecto, así como al proceso que deberá aplicarse para producir los bienes o servicios requeridos. El proceso se 40 refiere a una

serie de conocimientos técnicos que permitirán contestar a las preguntas ¿cómo se producirán los servicios? ¿Con qué se producirán? ¿Cuál será el resultado? y ¿cómo se afectará el medio?

Financieros

Se ocupa en cuantificar los recursos monetarios que se necesitarán para llevar a cabo las diversas etapas del proyecto: la formulación, la ejecución y la operación. También debe señalar las posibles fuentes de recursos financieros para cubrir los gastos previstos y las condiciones en que estarían disponibles tales recursos. Con la calendarización del flujo de fondos o de efectivo (entradas y salidas de dinero) se hará una evaluación financiera del proyecto que se refiere a la rentabilidad o atractivo que para un inversionista privado puede esperarse.

Institucionales

En este caso se tratan las cuestiones relativas al ámbito legal en que se desarrollará el proyecto; las instituciones que intervienen para decidir acerca de su realización; las entidades y organismos que se harán cargo de su ejecución y de su operación, entre otras. Un tema relevante en este aspecto es el de la tenencia de la tierra.

Administrativos

Se ocupa de la manera en que se organizará el trabajo durante la ejecución y la operación del proyecto; con qué recursos humanos se desarrollarán las tareas y qué requerimientos de formación profesional y capacitación deben ser satisfechos en los casos personal directivo y administrativo.

Socioeconómicos

En este análisis se hará una evaluación del proyecto desde el punto de vista de la economía en su conjunto, ya no desde la perspectiva del proyecto considerado aisladamente 41 (como en el caso de la evaluación financiera). Aquí deben considerarse los efectos del proyecto en todo el sistema económico, tanto positivos como negativos. (Jiménez, 1997)

Existen diferentes tipos de investigación descriptiva: la aplicada y pura; la que nos compete de acuerdo al tipo de investigación que se llevará a cabo es la última ya que a su vez se divide en exploratoria, descriptiva, explicativa y predictiva. (Tesis y masters, s.f.) . En la investigación descriptiva su objetivo fundamental es la recopilación de información y datos, principalmente sobre las características, propiedades, aspectos o dimensiones que constituyen los procesos sociales (Nieto, 2018). El grupo objetivo elegido para el estudio de mercado y segmentación es: personas entre 20 y 60 años, residentes en la ciudad de Cali, específicamente en la zona norte, personas con estratos 3,4,5 con un estilo de vida saludable.

Desde la Asociación Americana de Dietética refieren que las dietas vegetarianas adecuadamente planificadas, incluidas las dietas totalmente vegetarianas o veganas, son saludables y nutricionalmente apropiadas, y pueden brindar beneficios para la salud en la prevención y tratamiento de ciertas enfermedades. Las dietas vegetarianas bien organizadas son aptas para todas las etapas del ciclo vital, como el embarazo, la lactancia, la infancia, la niñez y la adolescencia, así como también para deportistas. Una dieta vegetariana o vegana se puede definir como aquella que no incluye carne (ni siquiera de aves) ni pescado o marisco ni productos que los contengan.

Este artículo revisa los datos más actuales en relación con los nutrientes claves para las personas vegetarianas, como las proteínas, los ácidos grasos omega-3, el hierro, el zinc, el yodo,

el calcio y las vitaminas D y B₁₂. las dietas vegetarianas pueden satisfacer los consumos recomendados actuales para todos estos nutrientes. En ocasiones, los suplementos o los alimentos enriquecidos pueden resultar útiles por las cantidades de nutrientes esenciales que proporcionan.

Una revisión basada en la evidencia científica mostró que las dietas vegetarianas pueden ser nutricionalmente adecuadas en el embarazo y que resultan positivas para la salud tanto de la madre como del bebe. Según el artículo los resultados de una revisión basada en la evidencia indicaron que una dieta vegetariana está asociada con un menor riesgo de muerte por cardiopatía isquémica. También las personas vegetarianas también pueden tener concentraciones más bajas de colesterol y lipoproteínas de baja densidad (LDL), la presión arterial más baja y tasas más bajas de hipertensión y diabetes mellitus tipo 2 que la población no vegetariana.

Además, las personas vegetarianas tienden a presentar un índice de masa corporal más bajo y tasas de cáncer más bajas en conjunto. Las características de una dieta vegetariana que pueden reducir el riesgo de padecer enfermedades crónicas son la menor ingesta de grasa saturada y colesterol y la mayor ingesta de frutas, verduras, cereales integrales, frutos secos, productos derivados de la soja, fibra y fitoquímicos. La variabilidad de las prácticas dietéticas entre las personas vegetarianas hace que sea esencial la evaluación individual de su dieta.

Además de evaluar si la dieta es adecuada, los profesionales de la alimentación y de la nutrición pueden desempeñar un papel clave en la educación de las personas vegetarianas acerca de fuentes específicas de nutrientes, la compra y la preparación de alimentos y las modificaciones dietéticas necesarias para satisfacer sus necesidades. (W.J.Craig, 2010)

Metodología

Definición y Tipo de estudio

El tipo de estudio que se va a desarrollar en el siguiente trabajo es descriptivo, ya que se va a detallar cada una de las fases que conlleva hacer un estudio de factibilidad enfocado en la creación de un restaurante vegetariano en la ciudad de Cali.

El presente proyecto se desarrolló mediante el estudio descriptivo, ya que se va a detallar cada característica de los consumidores, sector, etc donde se va a llevar a cabo el proyecto.

- Descripción de características de los clientes
- Descripción de abastecimiento de materia prima al restaurante
- Descripción del lugar donde se va a establecer el restaurante

La investigación descriptiva, según Arias, consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. (Arias)

Fuentes de Recolección de Información

Las fuentes que se utilizarán en el siguiente trabajo serán tanto fuentes primarias como secundarias ya que ambas son igual de importantes y se puede ampliar el grado de información

Primarias

Aplicación de la encuesta a través del formato de encuesta propio diseñado en línea.

Secundarias

- Datos estadísticos Dane

- Trabajos de grado existentes en la línea de estudio de factibilidad
- Documentos de estudios de factibilidad

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información

Técnicas

En el siguiente trabajo se van a desarrollar encuestas que se aplicaran al mercado potencial para tener un panorama claro de sus necesidades y percepciones, también la observación directa y el grupo focal.

Instrumentos

En el siguiente trabajo se van a realizar encuestas en línea que permitan tener datos exactos de las necesidades y percepciones del mercado objetivo

Población

A pesar de que las personas vegetarianas son el mercado principal, la gran calidad, sabor y aporte nutricional que tendrán los alimentos ofrecidos en el restaurante, hará que otras personas con diferentes maneras de alimentación se interesen en probar nuestros productos. Al final, el mercado que podría llegar a tener el restaurante será bastante amplio, pues a pesar de caracterizarse principalmente como un restaurante para vegetariano, cualquier persona que desee consumir alimentos con buen sabor, a un precio razonable y sobre todo por el gran valor nutricional ofrecido, será un cliente potencial para el restaurante.

En la comuna 2 de la ciudad de Cali habitan 103.022 que se encuentran distribuidos en 25 barrios, la población tomada para este proyecto serán personas mayores de 20 años hombres y mujeres, con ingresos mayores a un millón de pesos, de estratos 3,4,5, con un nivel de escolaridad técnico, tecnológico, profesional, que estén laborando o que se encuentren jubilados

Tamaño de la muestra

- (N): Tamaño de la población o universo: 103.022
- (Z): Parámetro estadístico que depende el nivel de confianza: 99% - 2.576
- (E): Error de estimación máximo aceptado: 5%
- (P): Probabilidad de que ocurra el evento: 50%
- (Q): (1-p) Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado: 50%

Se evidencia que el tamaño de la población es de 103.022 personas que es el número total de habitantes que serán encuestados con un parámetro estadístico del 2.576 por qué se quiere un excelente nivel de confianza del 99% con una claridad de respuestas, ya luego se escogió como error de estimación un 5% porque se desconoce la probabilidad del evento, así mismo a la hora de sacar la muestra y por último las dos probabilidades de que ocurra o no el evento, como se dice que se desconoce la probabilidad se hizo un 50% - 50% para no tener ningún defecto en este.

El paso a seguir es hacerlo adecuadamente en fórmulas Excel y así nombrar cuál fue el numerador y denominador y el total del hallazgo de la muestra que se hizo el cual nos arroja lo siguiente:

Tabla 2. Resultados

Numerador: 1709077
Denominador: 16590
Total: Ciento tres (103) (TOTAL ENCUESTADOS)

Fuente: elaboración propia

Resultados de la investigación

Estudio de mercado

Cálculo de la demanda insatisfecha

En el siguiente proyecto de grado se emplea el método de mínimos cuadrados con el fin de observar el comportamiento de la demanda y oferta en los próximos 3 años.

Demanda

Tabla 2: Demanda

Año	Cantidad vegetarianos	Año entero	Año de estimación	XY	X²
2019	1900000	1	-2	-2850000	2,25
2020	500000	2	-1	-250000	0,25
2021	1900000	3	1	950000	0,25
2022	1950000	4	2	2925000	2,25
SUMATORIA	6250000	10	0	775000	5

Fuente: elaboración propia

De acuerdo al método de mínimos cuadrados, se realizó la ecuación de proyección en años de la demanda insatisfecha

Demanda proyectada de mercado

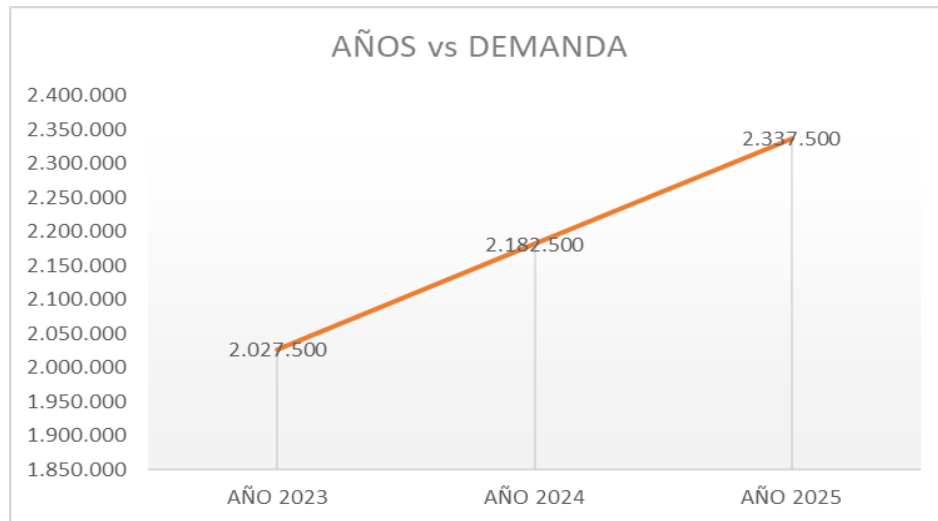
Tabla 3. Demanda proyectada

AÑO 2023	2.027.500
AÑO 2024	2.182.500
AÑO 2025	2.337.500

Fuente: elaboración propia

En esta tabla podemos evidenciar los valores equivalentes a los próximos tres años donde se puede observar que cada año la demanda de consumidores de comida vegetariana y saludable va aumentando.

Figura 2: Años vs. Demanda



Fuente: elaboración propia

De acuerdo a la figura 2 podemos evidenciar que entre el año 2023 y 2025 habrá una demanda superior a 2.027 consumidores de comida vegetariana y saludable, estos resultados permiten estimar un valor aproximado de la futura demanda y por consiguiente determinar la posibilidad de participación del proyecto en la satisfacción de esta.

Oferta

Tabla 4: Oferta

Año	Cantidad de establecimientos vegetarianos	Año entero	Año de estimación	XY	X²
2019	20	1	-2	-30	2
2020	18	2	-1	-9	0
2021	18	3	1	9	0
2022	17	4	2	25,5	2
SUMATORIA	73	10	0	-4,5	5

Fuente: elaboración propia

De acuerdo al método de mínimos cuadrados, se realizó la ecuación de proyección en años de la oferta.

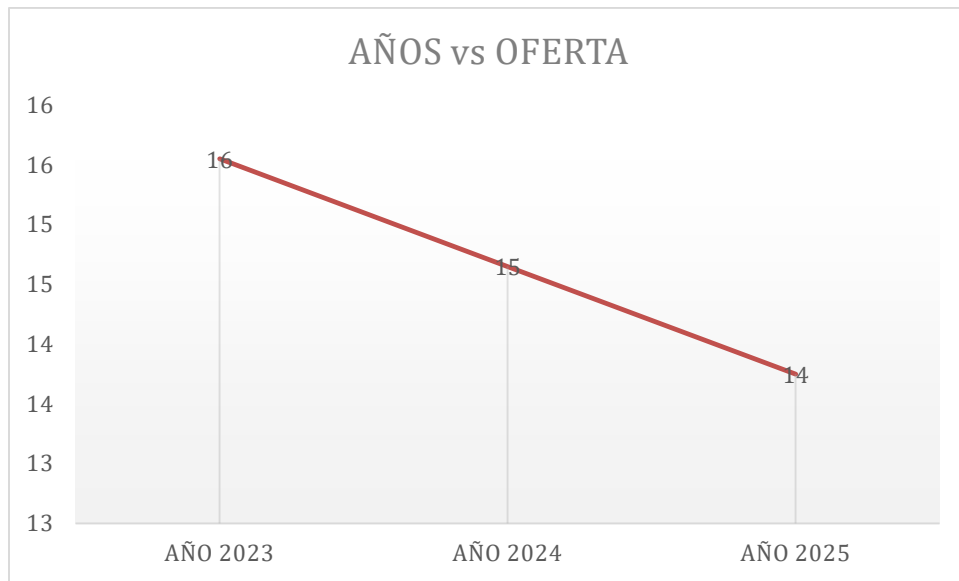
Tabla 5: Oferta proyectada

AÑO 2023	16
AÑO 2024	15
AÑO 2025	14

Fuente: elaboración propia

En este gráfico podemos evidenciar los valores equivalentes a los próximos tres años donde se puede observar que cada año la oferta de restaurantes de comida vegetariana y saludable va disminuyendo.

Figura 3: años vs oferta



Fuente: elaboración propia

De acuerdo a la figura No 3 se estima que exista una oferta entre 16 y 14 establecimientos en los años 2023 y 2025, en ese orden de ideas se puede evidenciar que hay un déficit de cobertura en establecimientos con respecto a las proyecciones de la demanda, es decir que nos da un panorama de aproximado de la demanda insatisfecha.

Tabla 6: Demanda insatisfecha

DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA			
AÑO	DEMANDA POTENCIAL	OFERTA POTENCIAL	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA
2023	450.000	205.000	245.000
2024	540.000	256.000	284.000
2025	648.000	340.000	308.000

Fuente: elaboración propia

En este gráfico podemos observar que el valor de la demanda potencial es mayor que la cobertura de la oferta potencial en cada año, con lo que se deduce que el cálculo de restar la oferta a la demanda da como resultado la demanda insatisfecha, donde se tiene que la demanda potencial insatisfecha va aumentando cada año, esto quiere decir que la demanda de consumidores de comida vegetariana va aumentando cada año lo que da como resultado un panorama positivo para ejecutar este proyecto.

Análisis del sector de restaurantes

Para la realización de este análisis se usó el método analítico. Según Acodres (Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica) antes de la pandemia de COVID-19, se reportaban alrededor de 90.000 restaurantes y locales de servicios de comida, los cuales generaban cerca del 8% del empleo formal en Colombia. Debido a la contingencia, se perdieron 235.000 empleos y se cerraron 48.100 establecimientos.

La mayoría de los restaurantes que lograron continuar con su operación durante este periodo, lo hicieron con altas tasas de endeudamiento para cubrir las exigencias logísticas y sanitarias. Movilizar la operación hacia los domicilios, las plataformas digitales y cumplir con los requisitos de bioseguridad, constituyó una gran inversión para los negocios gastronómicos.

Después de un duro 2020 con el cierre de unos 22.000 restaurantes en el país, según cifras del gremio del sector Acodres, en 2022 se ha mantenido la fuerte recuperación de esta industria, que inició desde el año pasado. (Levapan, s.f.)

Cifras del Dane indican que el PIB de las actividades de alojamiento y servicio de comida pasaron de contraerse 10,2 % en el cuarto trimestre de 2020 a crecer 52,4 % en el mismo lapso de 2021. El próximo 16 de mayo se conocerá si la recuperación del sector siguió en 2022, pues se conocerá el PIB del primer trimestre. (Semana, 2022)

Henrique Gómez, presidente de la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica (Acodres), afirma que hay una evidente recuperación en las ventas, pero aún existen desafíos. “Comparado con el 2019 hemos alcanzado una recuperación en ventas prácticamente del 100%. Estamos en la misma situación anterior a la pandemia y eso nos motiva mucho. Ciudades que se vieron especialmente golpeadas como San Andrés y Cartagena han reportado una mejora significativa y ese es un panorama alentador”, explicó Gómez en conversación con SEMANA.

Análisis de la demanda – consumidor o cliente

Los consumidores o clientes son caleños, hombres y mujeres en igual porcentaje, empleados, pensionados, de clase media, entre los 20 y 60 años de edad y como mínimo

profesionales, la mayoría con familia conformada, es decir casados y con hijos pequeños o adolescentes, con buenos ingresos, ingresos adicionales por una microempresa o actividad independiente, los ingresos van desde los \$2.000.000 y \$5.000.000. Tienen gustos por consumir alimentos vegetarianos y saludables al traer estos grandes beneficios a su salud, el factor de elección incide en los beneficios del producto, medios de comunicación, creencias propias, y además es un mercado que tiene tendencia a consumir su alimentación por fuera de sus hogares, es decir en restaurantes cercanos a sus lugares de trabajo.

Análisis de la oferta

En la ciudad de Cali, más exactamente en el norte de la ciudad, existe una gran variedad de restaurantes con ofertas diferentes, alrededor de 221 restaurantes, que ofrecen comida mediterránea, oriental.

Segmentación de mercado

Tabla 7: Segmentación del mercado

EDAD	20 años en adelante
GÉNERO	Femenino, masculino
ESTRATO	3,4,5
INGRESOS	Superiores a 1.000.000
ESTADO CIVIL	Solteros, casados

NIVEL DE ESCOLARIDAD	Técnicos, tecnólogos, universitarios, profesionales, maestrantes, doctorados, profesionales especializados.
OCUPACIÓN	Personas que estén laborando, ya sea de manera independiente en su negocio o empresa o vinculado a alguna empresa privada o entidad pública.

Fuente: elaboración propia


Mercado objetivo

El grupo objetivo elegido para el estudio de mercado y segmentación es: personas entre 20 y 60 años, residentes en la ciudad de Cali, específicamente en la zona norte, personas con estratos 3,4,5 con un estilo de vida saludable.

Competencia

Mediante la observación directa se pudo establecer que no se cuenta como competencia directa puesto que es una comuna donde habitualmente no hay muchos restaurantes vegetarianos, por otro lado se tiene en cuenta que una competencia indirecta es la cual está conformada por el mercado y los clientes que buscan satisfacer las necesidades de una forma diferente y con productos sustitutos por ende se escogen dos competidores más cercanos en el norte de Cali.

Tabla 8: competencia

ITEM	ESTABLECIMIENTO	UBICACIÓN	PRECIO	VENTAJA	DESVENTAJA
1		AV 3C #37N-12 NORTE CALI LA FLORA	\$12.000 \$30.000	Cuenta con una buena ubicación, tiene diferentes platos de comida vegetariana entre otros, está acreditado y con un buen ambiente	No cumple con reservas, no tiene muchas opciones y que no solo cumple una función vegetariana sino diferentes platos de carnes, y con espacios limitados
2		AV 9A #16N-48 GRANADA	\$13.761 \$45.872	Ubicación estratégica, al norte de cali con cómodas y amplia instalaciones con comida vegetariana, vegana, y sin gluten	Están en una ubicación limitada ya que en tanto al entorno cuenta con muchos restaurantes de toda índole donde se acogen los consumidores

Fuente: elaboración propia

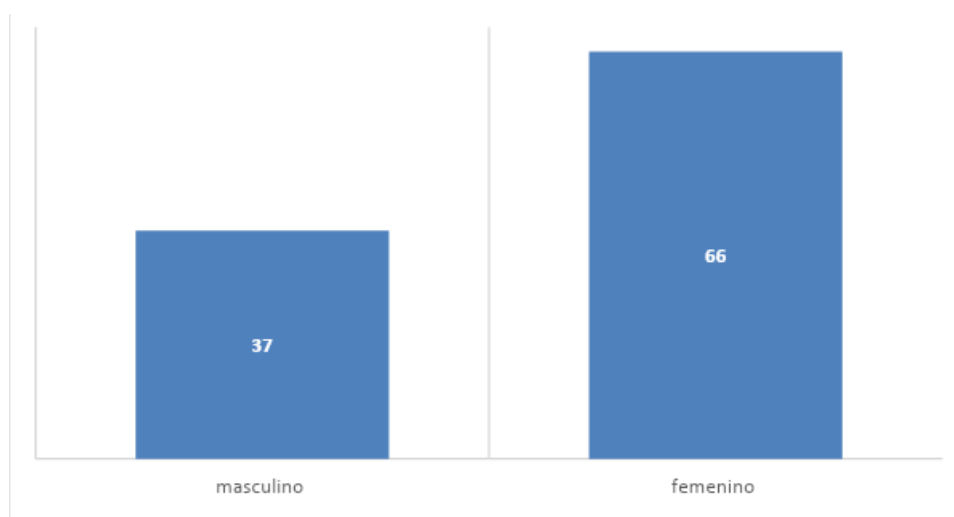
Presentación del instrumento de la encuesta

Estimado (a) participante:

Reciba un cordial saludo, el objetivo de esta encuesta es determinar el estudio de factibilidad para la creación de un restaurante saludable y vegetariano exactamente en la comuna (2) norte de la ciudad de Santiago de Cali, por lo que solicitamos su amable y gentil colaboración respondiendo las siguientes preguntas, cuya información será exclusivamente para este trabajo de grado, muchas gracias por su colaboración.

Resultados de la encuesta

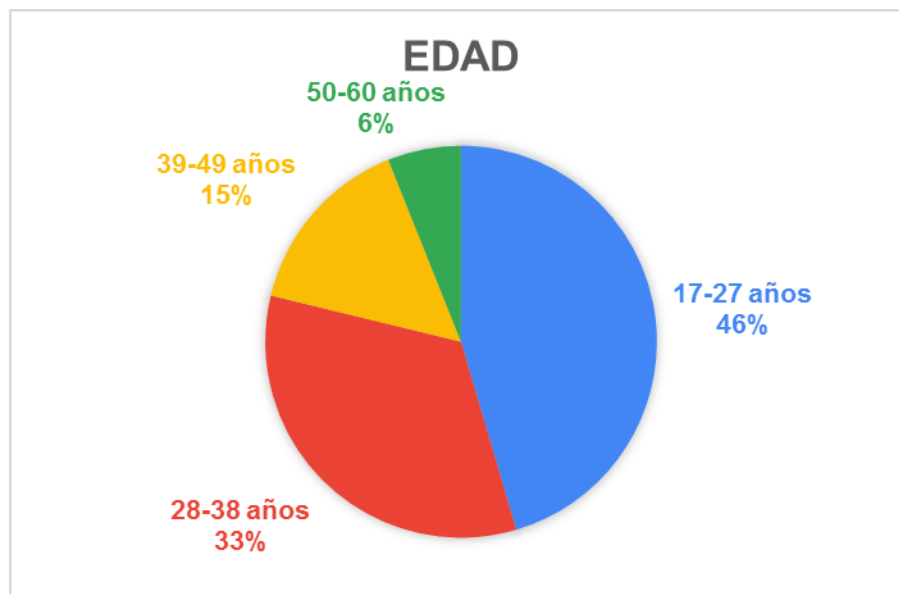
Figura 4: Genero de los encuestados



Fuente: elaboración propia

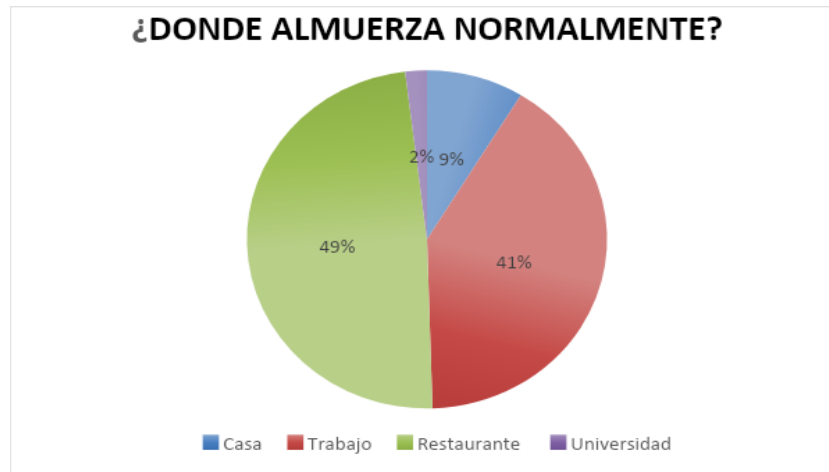
Según la encuesta nos demuestra que el género femenino es el de mayor influencia en el sector, son personas de toda actividad educativa o laboral, el cual se deduce que el fuerte son las mujeres doblegando a los hombres por la comida saludable y vegetariana.

Figura 5: encuesta rango edad



Fuente: elaboración propia

Se estableció que hubo varias cifras de edades de las personas encuestadas pero que se evidencio que las edades de mejor rango fueron de 20 a 40 años lo que quiere decir que es un buen rango de edad porque hay desde jóvenes universitarios hasta ejecutivos o trabajadores en el sector.

Figura 6: Lugar recurrente de almuerzo

Fuente: elaboración propia

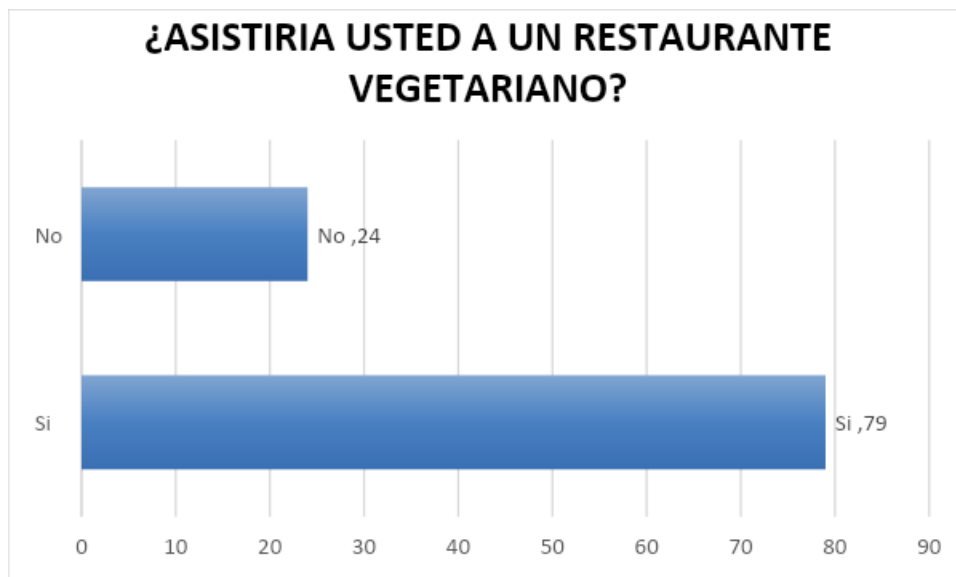
El 49% de los encuestados frecuenta los restaurantes, quiere decir que la frecuencia en la mayoría de estas personas es de comer fuera de su casa.

Figura 7: frecuencia visita a restaurantes

Fuente: elaboración propia

Según el resultado, la frecuencia de visita de los encuestados asiste un 87% esporádicamente ya que quizás no van siempre a un restaurante.

Figura 8: pregunta asistencia a un restaurante vegetariano

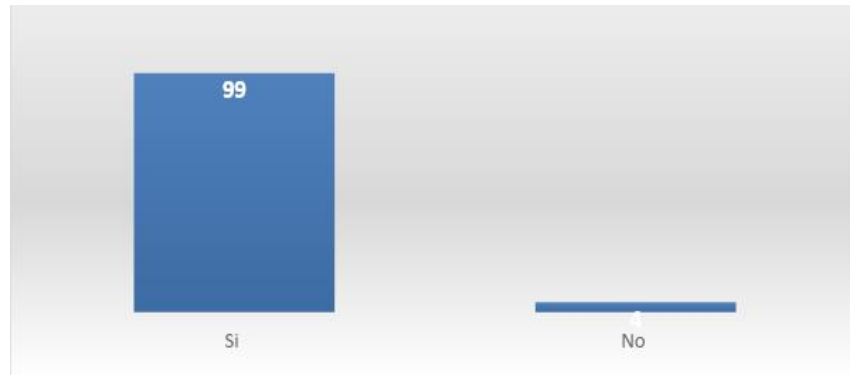


Fuente: elaboración propia

Se puede observar que, el 79% de los encuestados asistió a un restaurante vegetariano, ya que no es algo del común y es muy preferencial para las personas que se cuidan con hábitos alimentarios, por ende, se tendría un buen porcentaje de encuestados.

Figura 9: pregunta alimentación saludable

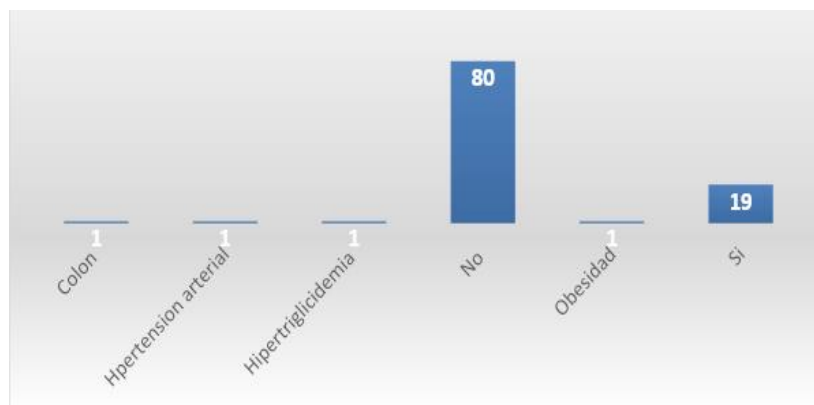
¿Considera que llevar una alimentación saludable mejora su salud?



Fuente: elaboración propia

Se observa que, prácticamente el 99% de los encuestados considera que llevar una alimentación saludable mejora la salud de cada uno, y es verídico por estudios realizados que se han hecho respecto a este tema.

Figura 10: Pregunta enfermedad sobre dieta
¿Sufre usted de alguna enfermedad que requiera llevar una dieta balanceada?

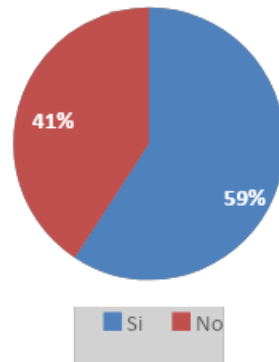


Fuente: elaboración propia

Según la encuesta se tuvo un porcentaje bueno de acuerdo a la salud de los encuestados el cual se dice que el 80% no sufre de una enfermedad que se lleva a cabo por una dieta balanceada el otro 20% si lo sufre y es donde se quiere una mejora en la vida cotidiana de las personas.

Figura 11: Pregunta restaurante vegetariano

¿Le gustaría que en un restaurante vegetariano pudieran encontrar otras opciones de platos que no sean vegetarianos?



Fuente: elaboración propia

Se observa que, los encuestados o casi la mitad de estos prefieren que haya otros tipos de menú que no sea vegetariano porque al ir con familiares que quizás no suelen comer comida vegetariana, tienen la posibilidad de pedir otros menús distintos y así satisfacer las necesidades de las personas.

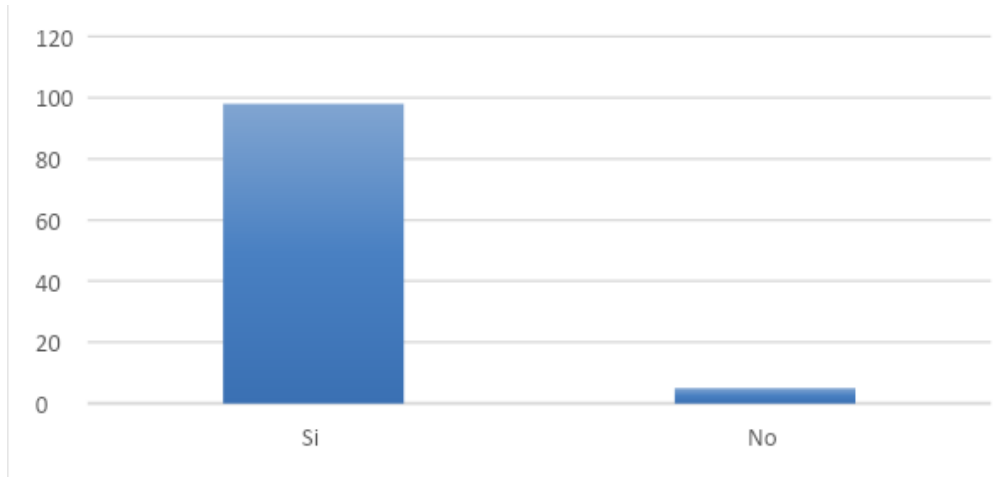
Figura 12: Pregunta comida saludable**¿Cuál es la razón por la cual no consumiría comida saludable y/o vegetariana**

Fuente: elaboración propia

En la siguiente encuesta se refleja que, la mitad de los encuestados no pueden dejar de consumir carne por ende es de comprender ya que toda la vida ha existido ese énfasis del consumo de la carne y nos hemos enseñado a este concepto, por eso el 50% de las personas no consumían comida vegetariana.

Figura 13: Pregunta nuevo restaurante en Cali

¿Le gustaría que hubiera un nuevo restaurante de comida vegetariana en la ciudad de Cali?



Fuente: elaboración propia

De acuerdo al siguiente gráfico, se observa que la mayoría de personas encuestadas prefieren que sí haya un nuevo restaurante vegetariano.

Estrategia de precios

La estrategia a desarrollar es la de precios de penetración, ya que iniciamos como nuevos en este mundo de los restaurantes vegetarianos entonces introduciríamos precios más bajos que los de la competencia con buena calidad de los platos, para así conseguir ventas iniciales y poder crecer rápidamente haciéndonos un nombre y tener más ventas durante este periodo.

Estrategia de ventas

La estrategia de ventas que se utilizará será de tipo ventas push. Se utilizarán diversas técnicas de marketing para “empujar” el restaurante y así darlo a conocer a los consumidores. De acuerdo con los análisis realizados sobre la demanda, oferta y el análisis del sector económico, con el desarrollo de este proyecto se busca satisfacer la demanda de clientes con necesidades de productos saludables y balanceados y otra demanda enfocada en personas donde requieren llevar una dieta especial por alguna condición como diabetes, hipertensión, etc.

Estrategia promocional

Dado que estamos en una época en la que las redes sociales están en tendencia, se realizaría un plan de estrategia promocional a través de marketing digital, la idea sería invertir en publicidad en Instagram, Tiktok y Facebook, para darnos a conocer. Después de que se tenga una clientela fija, la idea es crear una página web para el restaurante.

Logo

En términos sencillos, un logo es un símbolo compuesto por palabras, imágenes y colores que se utiliza para identificar una marca o un producto. Existen distintos tipos de logos en formas y tamaños que van desde simples logos de texto hasta marcas abstractas.

Figura 14: Logo

Fuente: elaboración propia

Slogan

Un slogan es una frase corta que busca representar una marca para promover la rápida identificación y memorización de sus productos y servicios por los consumidores.

“CON VIDA SANA EL BALANCE A TU SALUD ENCONTRARÁS”

Estructura Administrativa y Marco Legal Para El Funcionamiento de Un Restaurante Vegetariano En La Ciudad de Cali

- El restaurante vegetariano será una mediana empresa y la clasificación según el tipo de sociedad, es sociedad por acciones simplificadas – S.A.S, esta se constituirá mediante un documento legal ante la cámara de comercio de Cali.
- Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen). Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.
- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.
- Consulta de Homonimia para la razón social del establecimiento

- Obtención del concepto sanitario y uso de suelo, ante la Secretaría de Salud Pública Municipal de Cali.
- Concepto de seguridad del Cuerpo de Bomberos de Cali.
- Matricula mercantil del establecimiento y obtención del Rut ante la cámara de comercio de Cali

Propietario y/o gerente

Se contará con un gerente quien será la figura de máxima autoridad y responsabilidad en el restaurante, quien se encargará de planear, organizar, controlar y dirigir todos los procesos internos del restaurante en las diferentes áreas, delegando tareas y funciones a los colaboradores.

Contabilidad

Se contará con un contador público quien estará a cargo de un contador, que se encargará de la contabilidad en general del restaurante, declaración de renta y demás temas relacionados.

Mercadeo y marketing

Se contará con un profesional en mercadeo y marketing, quien será el encargado de realizar todo lo referente a publicidad, mercadeo, bases de datos de clientes.

Meseros

Se contará con 3 meseros, quienes tendrán a cargo el servicio a la mesa de los clientes y domicilios, organización de espacio, limpieza del restaurante.

Cajeros

Se contará con un cajero quien se encargará de hacer la apertura y cierre del restaurante, atención de clientes, manejo de datafono, arqueo de caja e inventarios.

Jefe de cocina

Se contará con un jefe de cocina quien, será quien se encargará de organizar los menús, recetas, manual de procedimientos dentro de la cocina, organizará turnos del personal de cocina y repartirá tareas a los auxiliares de cocina.

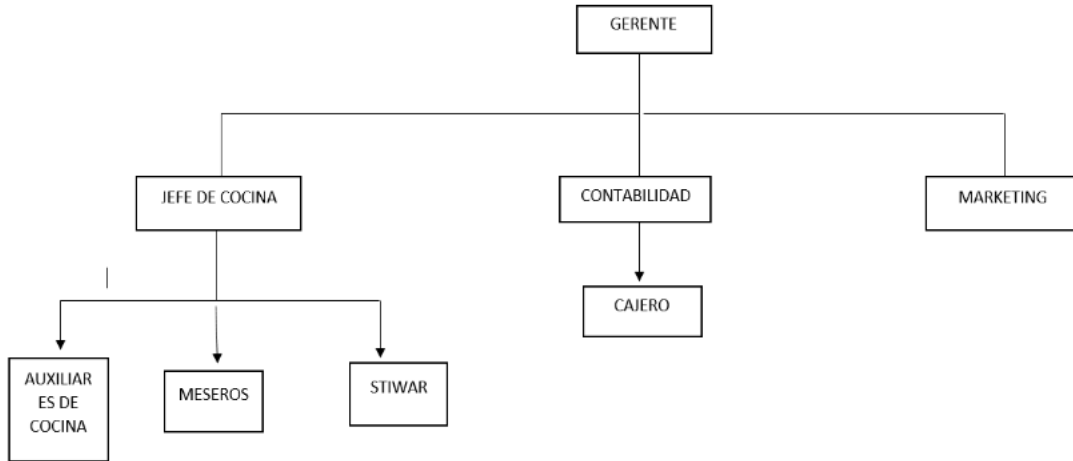
Auxiliares de cocina

Se contará con 3 auxiliares de cocina, quienes serán los encargados de realizar las tareas que les asigne el jefe de cocina, inventarios, recepción de materia prima, organización y limpieza de cocina.

Stiwar

Se contará con 1 stiwar, quien será el encargado de la limpieza de utensilios de cocina, limpieza y organización de la cocina.

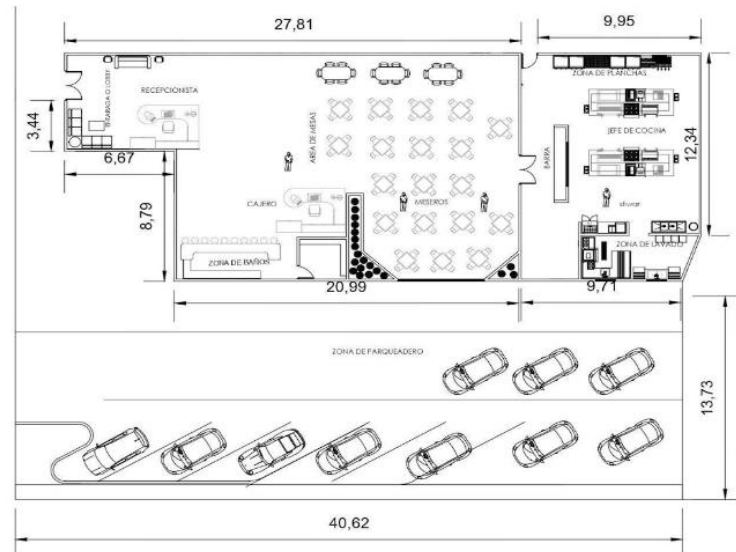
Figura 15: Organigrama



Fuente: elaboración propia

Requerimientos técnicos y operativos

Figura 16: Plano restaurante



Fuente: elaboración propia

Requisitos**Tabla 9: número de empleados**

Número de personas que laboran	Sanitarios y lavamanos
De 11-20	2

Fuente: elaboración propia

Promedio de baños por número de clientes**Tabla 10: baños por clientes**

Promedio de clientes (hombres y mujeres)	Sanitarios y urinarios	Lavamanos
De 21 a 40	2	2

Fuente: elaboración propia

Lockers

Casilleros numerados que serán equivalentes al número de trabajadores del establecimiento en este caso, 12 lockers, en donde los colaboradores guardarán sus pertenencias.

Instalación de gas

El establecimiento contará con gas natural y estará fuera de las áreas de elaboración, expedido servicios higiénicos, cocina y comedores.

Bodega

Será un espacio destinado dentro del establecimiento para almacenar insumos, materias primas, y productos terminados, con los equipos necesarios para evitar la contaminación y alteraciones de estos.

Conservación de alimentos

El establecimiento debe contar con neveras industriales refrigeradoras y que conserven los productos de acuerdo a su vida útil, con registro de temperatura y rotulado.

Piso

El piso debe ser especial en el área de cocina, antideslizante, de un material resistente e impermeable.

Paredes

Las paredes deben pintarse de colores claros como el blanco, pintura lavable, atóxico de material sólido, lisa, no absorbente, las esquinas de las paredes deben ser redondeadas para evitar la proliferación de hongos o bacterias.

Techo

Los techos deben ser lisos, sin grietas, de color claro e impermeables para impedir la condensación y evitar así el desarrollo de bacterias y hongos.

Puertas y ventanas

Las puertas deberán ser lisas y no absorbentes, las ventanas siempre deben comunicar al exterior y con rejillas que protejan de los insectos

Iluminación

La iluminación debe ser apropiada para la manipulación y control de alimentos, puede ser natural o artificial.

Depósito para basura

Se debe contar con recipientes donde se disponga la basura de manera clasificada y que esté lejos del área de preparación de comidas.

Botiquín

Se debe contar en el establecimiento con un botiquín de primeros auxilios en un lugar visible para la prevención de accidentes que ocurran en el área de trabajo o en la parte de atención al cliente.

Sistema de lavado

Se tendrá un manual donde se tenga el paso a paso de lavado de todas las áreas que funcionen dentro del establecimiento y se tendrá las herramientas para poder realizar los mismos.

Extintor

Se debe contar con todo el personal capacitado para la manipulación del extintor, y se debe ubicar uno por cada 150 metros cuadrados de superficie en lugares de fácil acceso, y se debe realizar mantenimiento cada año.

Extintores requeridos**Tabla 11: extintores**

Extintor	Capacidad
Agua	10 litros
Espuma	10 litros
Polvo químico	5 kilos
Anhídrido carbónico	5 kilos

Fuente: elaboración propia

El restaurante vegetariano deberá contar con

- Recurso financiero
- Un local con permiso de uso de suelo
- Cocina totalmente equipada, con estufas, refrigerador, congelador, adecuaciones en suelo con antideslizante, servicio de agua, energía, menaje, lavavajillas, utensilios,
- Equipos administrativos como computadores, caja registradora, cámaras de vigilancia, escritorios

- Personal capacitado, en diferentes áreas y además deberán contar con curso de manipulación de alimentos y servicio al cliente

Personal

Tabla 12: personal requerido

PERSONAL REQUERIDO
GERENTE O PROPIETARIOS
CHEF
AUXILIARES DE COCINA
STIWAR
MARKETING
CAJERO
MESEROS
CONTADOR

Fuente: elaboración propia

Operación en el restaurante

En el restaurante vegetariano se contará en el área operativa con:

- Manual de procedimientos
- Requerimiento de insumos
- Recepción de mercancía
- Control de calidad

Manual de procedimientos con estandarización de procesos

El manual de procedimientos tiene como objetivo plasmar el paso a paso de todos los platos que se ofrecen en el restaurante, esto con el propósito de ser exactos a la hora de ejecutar las recetas y que se disminuya el margen de error.

Requerimiento de insumos

En esta etapa el personal de cocina encargado realizará un requerimiento de insumos o materia prima a utilizar para ejecutar los platos del restaurante en base al inventario que se realizará de manera semanal y así pasar a realizar el pedido al proveedor de estos insumos

Recepción de mercancía

En esta etapa, después de haber realizado el pedido de acuerdo a la necesidad de los insumos, un colaborador se encargará de la recepción de los insumos por el área de

almacenamiento y refrigeración donde se realizará una revisión, pesaje de toda la materia prima recibida por parte del proveedor.

Control de calidad

En esta etapa se tendrá en cuenta estos aspectos

- Practicar la higiene personal.
- Cocinar los alimentos adecuadamente.
- Evitar la contaminación cruzada.
- Mantener los alimentos en temperaturas seguras.
- Rechazar alimentos de fuentes inseguras.
- Calidad de insumos por parte del proveedor
- Capacitación constante a personal

Estudio financiero

A continuación, se presentarán todos los costos iniciales en los que debe incurrir para poder abrir el negocio. También se tiene en cuenta todos los costos de operación cuando el restaurante entre en funcionamiento. Del mismo modo, se presentan las ventas esperadas señaladas en el estado de resultados y flujo de caja para cada uno de las fases de apertura del negocio, donde se tendrá en cuenta un escenario positivo y otro negativo para determinar la viabilidad a futuro. Es necesario aclarar que el proceso de apertura se hará por fases las cuales se dividirán en tres, las dos primeras corresponde a todo el proceso de apertura y posicionamiento del mercado y la tercera corresponde a la ampliación del local y del menú.

Inversión inicial

A este ítem, corresponden a todo aquello necesario para poner en marcha el restaurante que se compone de diferentes activos. La inversión inicial será de \$16.100.000 como podemos ver en la siguiente tabla.

Tabla 13: inversión en activos fijos

Inversión de activos fijos	
Descripción	valor
Adecuación del local	\$3.500.000
Estufa	\$3.000.000
Lavaplatos	\$400.000
Nevera	\$2.000.000
Congelador	\$800.000
Horno	\$1.300.000
Menaje	\$700.000
Estante	\$600.000
Caja registradora	\$300.000
Sillas/mesas	\$ 3.500.000

TOTAL	\$16.100.000
--------------	---------------------

Fuente: elaboración propia

Gastos administrativos

Estos gastos tienen que ver directamente con la administración general del giro del restaurante.

Tabla 14.

EMPLEADOS	SALARIO	PRESTACIONES	TOTAL
Gerente	\$1.521.0011	\$ 478.989	\$ 2.000.000
Contador	\$1.782.594	\$ 478.989	\$ 2.261.583
Jefe de cocina	\$ 921.011	\$ 478.989	\$ 1.400.000
Auxiliares de cocina (3)	\$ 722.000	\$ 478.989	\$ 1.200.000
Stiwar	\$ 909.410	\$ 478.989	\$ 1.388.399
Meseros	\$ 681.011	\$ 478.989	\$ 1.160.000
Cajero	\$ 896.011	\$ 478.989	\$1.375.000

Fuente: elaboración propia

Prestación	Valor
Auxilio de transporte	\$ 102.854
Vacaciones	\$36.604
Prima	\$73.120
Cesantías	\$73.120
Interés de cesantías	\$ 8.778
Cotización de salud	\$74.613
Cotización de pensión	\$105.336
ARL	\$4.564
	\$ 478.989

Fuente: elaboración propia

Tabla 15: costos de servicio del local

Servicios	Valor
Agua	\$120.000
Luz	\$60.000
Gas	\$180.000
Internet	\$80.000
Arriendo	\$2.200.000
Total	\$2.640.000

Fuente: elaboración propia

También, se determinó que semanalmente se comprarán diferentes artículos para el aseo e higiene del negocio, por un total de \$35,000 pesos, es decir un costo total mensual de \$140.000.

Gastos de Ventas

Este tipo de gastos hacen referencia a lo que se va a generar por publicidad ya que es importante para el inicio y mantenimiento en el mercado de cualquier negocio. Como se dijo en otro apartado, vivimos en un mundo globalizado, lleno de oportunidades para dar a conocer los negocios de forma virtual. Por esta razón, el presupuesto será de \$200,000 pesos en mercadeo, el cual será utilizado en promoción en redes sociales, ya que ayudará a llamar la atención de cada vez más usuarios y así estos se interesen en probar los platos ofrecidos por nuestro restaurante.

.Ventas y estado de resultados

La idea es vender dentro del restaurante inicialmente. Los platos que se venderán en tendrán un precio base de \$11,000 y \$14,000 pesos, IVA incluido. Lo cual significa que la ganancia real por cada producto sería de \$9,244 y \$11,765 pesos respectivamente. El mercado objetivo que pretende tener el restaurante durante sus primeras 2 fases de apertura, con un total de 140 almuerzos por día, que representaría el 5% de la población vegetariana de la zona norte de la ciudad de Cali.

Para la tercera fase se proyecta que este porcentaje aumente al 7%, lo que representaría 240 almuerzos al día aproximadamente. En las 3 fases, se realiza un hipotético en el que 70% de los platos veggie vendidos corresponden a un bowl proteína, el 30% restante al bowl de 2 ensaladas. El estado de resultados mensual sería el que se presenta a continuación discriminando las 3 fases:

Tabla 16: estado de resultados fase 1

Estado de resultados	
Ventas	\$28.560.000
Costo de ventas	\$ 26,553,600
Otros costos de ventas	\$ 1,000,000
Utilidad bruta	\$ 24,862,400
Gastos de operación	\$ 15,593,555
depreciaciones	\$ 124,083

Utilidad operacional	\$ 9,144,762
Utilidad antes de impuestos	\$9,144,762
Impuestos (35%)	\$3,200,667
Utilidad neta	5,944,095

Fuente: elaboración propia

Como se puede observar en el estado de resultados de la fase 1, considerando las ventas, costos, gastos e impuestos, se tendría un total de utilidad neta de \$4, 052,379. Las ventas de la fase 2 varían un poco, pues ahora se venderán productos al interior del restaurante y además se implementaran domicilios por medio de una plataforma encargada para ello como lo es Rappi. Aun así, se estimó que el 35% de los clientes consumirían productos al interior del local, y los demás serán pedidos mediante la aplicación mencionada anteriormente. Para estimar las ventas de esta fase, también se tuvo en cuenta que la app se queda con el 15% de los ingresos de los pedidos y el restante 85% serán para el restaurante. Los resultados consolidados se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 17: estado de resultados fase 2

Estado de resultados	
Ventas	\$30,324,000
Costo de ventas	\$ 15,489,600
Otros costos de ventas	\$ 500,000

Utilidad bruta	\$ 14,334,400
Gastos de operación	\$ 7,638,179
depreciaciones	\$ 54,583
Utilidad operacional	\$ 6,696,221
Utilidad antes de impuestos	\$ 6,696,221
Impuestos (35%)	\$2,343,677
Utilidad neta	\$4,352,544

Fuente: elaboración propia

En el anterior cuadro, podemos ver como varían tanto las ventas como los gastos de operación, ya que se necesita contratar otra persona para el funcionamiento del local lo cual permite obtener una utilidad neta de \$4, 352,544.

En la tercera fase, tiene un aumento en el número de platos veggie vendidos, pasando de 140 a 240, lo cual significa un aumento en ingresos por ventas, lo que conlleva implícitamente a mas costos y gastos de producción. En lo que a distribución de ventas se refiere, aumentará el porcentaje de platos que se venden en el local al 40%, ya que para este momento se piensa en la apertura de un nuevo local disminuyendo así al 60% el porcentaje de platos comercializados a través de la app de domicilios. Hay que tener en cuenta que por el aumento en la demanda y la exigencia en ambos locales, harán que aumenten los gastos de operación, duplicándolo con respecto a la fase 2.

Tabla 18: estado de resultados fase 3

Estado de resultados	
Ventas	\$ 52.416.000
Costo de ventas	\$ 26.553.600
Otros costos de ventas	\$ 1.000.000
Utilidad bruta	\$ 24.862.400
Gastos de operación	\$ 15.593.555
depreciaciones	\$ 124.083
Utilidad operacional	\$ 9.144.022
Utilidad antes de impuestos	\$ 9.144.022
Impuestos (35%)	\$ 3.200.000
Utilidad neta	\$ 5.944.000

Fuente: elaboración propia

Flujo de caja

A partir de la información mostrada en los estados de resultados de las 3 fases, se pudo elaborar el flujo de caja libre para el primer año de operación que será mostrado en las tablas 19 y 20.

Tabla 19: flujo de caja primer semestre

Mes	0	1	2	3	4	5
Ingresos de ventas		\$28.560.000	\$28.560.000	\$30.324.000	\$30.324.000	\$52.416.000
Costos y gastos		\$22.270.987	\$22.270.987	\$23.627.779	\$23.627.779	\$43.147.155
Depreciaciones		\$54.583	\$54.583	\$54.583	\$54.583	\$124.083
Utilidad Operacional		\$6.24.430	\$6.24.430	\$6.641.638.	\$6.641.638.	\$9.144.762
Depreciaciones		\$54.583	\$54.583	\$54.583	\$54.583	\$124.083
EBITDA		\$6.289.013	\$6.289.013	\$6.696.221	\$6.696.221	\$9.268.845
Impuestos op.		\$ 2.182.052	\$2.182.052	\$2.324.573	\$2.324.573	\$
CAPEX	\$14.050.000	\$	\$	\$	\$	\$18.400.000
Flujo de Caja libre	-\$14.050.000	\$4.106.963	\$4.106.963	\$4.371.648	\$4.371.648	\$

Tabla 20: Flujo de caja segundo semestre

Mes	6	7	8	9	10	11	12
Ingresos de ventas	\$52.416.000	\$52.416.000	\$52.416.000	\$52.416.000	\$52.416.000	\$52.416.000	\$52.416.000
Costos y gastos	\$43.147.155	\$43.147.155	\$43.147.155	\$43.147.155	\$43.147.155	\$43.147.155	\$43.147.155
Depreciaciones	\$124.083	\$124.083	\$124.083	\$124.083	\$124.083	\$124.083	\$124.083
Utilidad operacional	\$9.144.762	\$9.144.762	\$9.144.762	\$9.144.762	\$9.144.762	\$9.144.762	\$9.144.762
Depreciaciones	\$124.083	\$124.083	\$124.083	\$124.083	\$124.083	\$124.083	\$124.083
EBITDA	\$9.268.845	\$9.268.845	\$9.268.845	\$9.268.845	\$9.268.845	\$9.268.845	\$9.268.845
Impuesto s p.	\$3.200.000						
Capex							

Flujo de caja libre	\$6.068.178	\$6.068.178	\$6.068.178	\$6.068.178	\$6.068.178	\$6.068.178	\$6.068.178
----------------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

Fuente: elaboración propia

Evaluación económica y financiera

Tasa interna de retorno (TIR)

Esta tasa es un indicador de rentabilidades de proyectos o inversiones, de tal modo que a mayor valor del TIR, mayor rentabilidad. Según los cálculos realizado teniendo en cuenta el flujo de caja a partir de los resultados mensuales del proyecto, se obtiene un 21.19%, lo cual significa

que sería un proyecto financieramente atractivo, si se considera que los accionistas exigen una rentabilidad mínima del 7%

Conclusiones

Como resultado del estudio de mercado de los restaurantes tipo vegetarianos en la ciudad de Cali, se puede evidenciar según las fuentes que la demanda en comida vegetariana ha aumentado considerablemente con el paso de los años, ya que las personas se están haciendo más conscientes cada vez más de que se debe consumir una alimentación saludable para mantener una buena salud.

Se diseñó una estructura administrativa con su respectivo marco legal que vaya de acuerdo a la idea de restaurante que se propone, y es un restaurante que se registraría como una sociedad por acciones simplificadas, donde contará con una estructura administrativa que pueda este acorde a la cantidad de personal y las proyecciones de ventas que se realizan para el restaurante inicialmente.

Se proponen los requerimientos técnicos y operativos que darán los lineamientos de función del restaurante en cuanto a operación del personal, materias primas, etc, estos requerimientos se realizan de acuerdo al tamaño planteado para el establecimiento, la cantidad de colaboradores y los clientes que se atenderán en promedio.

Se realizó un estudio financiero y económico con el fin de determinar la factibilidad del restaurante donde se plasmaron los costos de los platos en promedio, las proyecciones de ventas, gastos, en meses y años, dando un resultado positivo para llevar a cabo este proyecto, determinando este como factible.

El restaurante vida sana será una propuesta diferente en este sector de la ciudad de Cali, teniendo en cuenta que este tipo de comida es muy poco común para los caleños, como resultado del estudio de mercado se pudo evidenciar que la estrategia de ventas debe estar orientada a mostrar los beneficios que se obtienen teniendo una alimentación sana, saludable y balanceada, agregando valor a los productos que se sirven en el mismo y eliminando la barrera de resistencia que se tiene con los vegetales.

De acuerdo con los estudios realizados y la encuesta aplicada en la población objetivo, se concluye que el proyecto de creación de un restaurante vegetariano en la ciudad de Cali es factible.

Referencias

Arias, F. G. (s.f.). El proyecto de investigación. *Introducción a la metodología científica*.

Choi, H., Joung, H. W., Choi, E., Kim, K., & S.b, H. (2021). *Comprender a los clientes*

vegetarianos: los efectos de los atributos del restaurante en la satisfacción del cliente y las intenciones de comportamiento.

[https://ezproxy.uan.edu.co:2063/record/display.uri?eid=2-s2.0-](https://ezproxy.uan.edu.co:2063/record/display.uri?eid=2-s2.0-85109873104&origin=resultslist&sort=plf-)

[85109873104&origin=resultslist&sort=plf-](https://ezproxy.uan.edu.co:2063/record/display.uri?eid=2-s2.0-85109873104&origin=resultslist&sort=plf-)

[f&src=s&st1=vegetarian+restaurant+research&sid=192fdf18e565dbc876028724b693690](https://ezproxy.uan.edu.co:2063/record/display.uri?eid=2-s2.0-85109873104&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=vegetarian+restaurant+research&sid=192fdf18e565dbc876028724b693690)

[f&sot=b&sdt=b&sl=45&s=TITLE-ABS-](https://ezproxy.uan.edu.co:2063/record/display.uri?eid=2-s2.0-85109873104&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=vegetarian+restaurant+research&sid=192fdf18e565dbc876028724b693690)

[KEY%28vegetarian+restaurant+research%29&relpos=6&citeCnt=1&searchTerm=&featureToggles=FEATURE_NEW_DOC_DETAILS_EXPORT:1](#)

Comunicación Digital Levapan. (s. f.). Reactivación económica del sector gastronómico después de la pandemia. Institucional Colombia. <https://www.institucionalcolombia.com/informe-especial/reactivacion-economica-del-sector-gastronomico/>

Craig, W. J., & Mangels, A. R. (2010). Postura de la Asociación Americana de Dietética: dietas vegetarianas. *Actividad Dietética*, 14(1), 10-26. [https://doi.org/10.1016/s1138-0322\(10\)70003-1](https://doi.org/10.1016/s1138-0322(10)70003-1)

De Vaan, J. M. A., & van Steen T. Müller, B. C. N. (2019). *¿Carne en el menú? Cómo la estructura del menú puede estimular las opciones vegetarianas en los restaurantes.* https://ezproxy.uan.edu.co:2063/record/display.uri?eid=2-s2.0-85072032163&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=studies+on+vegetarian+restaurants&nlo=&nlr=&nls=&sid=e8a444cae5b5b60f3f6b0b63042f51bb&sot=b&sdt=b&sl=48&s=TITLE-ABS-KEY%28studies+on+vegetarian+restaurants%29&relpos=32&citeCnt=1&searchTerm=&featureToggles=FEATURE_NEW_DOC_DETAILS_EXPORT:1

Harguess, J. M., & Crespo, N. C. (2022). *Estrategias para reducir el consumo de carne: una revisión sistemática de la literatura de estudios experimentales.* <https://ezproxy.uan.edu.co:2063/record/display.uri?eid=2-s2.0-85072968340&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=studies+on+vegetarian+restaurants&nlo=&nlr=&nls=&sid=e8a444cae5b5b60f3f6b0b63042f51bb&sot=b&sdt=b&sl=48&s=TITLE-ABS->

[KEY%28studies+on+vegetarian+restaurants%29&relpos=31&citeCnt=34&searchTerm=&featureToggles=FEATURE_NEW_DOC_DETAILS_EXPORT:1](https://ezproxy.uan.edu.co:2063/record/display.uri?eid=2-s2.0-85078477437&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=studies+on+vegetarian+restaurants&nlo=&nlr=&nls=&sid=e8a444cae5b5b60f3f6b0b63042f51bb&sot=b&sdt=b&sl=48&s=TITLE-ABS-KEY%28studies+on+vegetarian+restaurants%29&relpos=31&citeCnt=34&searchTerm=&featureToggles=FEATURE_NEW_DOC_DETAILS_EXPORT:1)

Kerslake, E., Kemper, J. A., & Conroy, D. (s. f.). *¿Cuál es tu carne con sustitutos de la carne? Explorando barreras y facilitadores para sustitutos de la carne en omnívoros, 807ser vegetariano? El impacto del encuadre en la elección de comida vegetariana.*

https://ezproxy.uan.edu.co:2063/record/display.uri?eid=2-s2.0-85078477437&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=studies+on+vegetarian+restaurants&nlo=&nlr=&nls=&sid=e8a444cae5b5b60f3f6b0b63042f51bb&sot=b&sdt=b&sl=48&s=TITLE-ABS-KEY%28studies+on+vegetarian+restaurants%29&relpos=27&citeCnt=7&searchTerm=&featureToggles=FEATURE_NEW_DOC_DETAILS_EXPORT:1

Nieto, N.T.E. (2018). *Tipos de investigación. Repositorio institucional – USDG.*

<https://core.ac.uk/download/pdf/250080756.pdf>

Pohlmann, A. (2020). El sabor de la compasión: influir en las actitudes hacia la carne con apelaciones morales interhumanas e interespecies.

https://ezproxy.uan.edu.co:2063/record/display.uri?eid=2-s2.0-85114386028&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=vegetarian+restaurants&sid=0e9bee2d81b4bad40435c4c2f3422451&sot=b&sdt=b&sl=37&s=TITLE-ABS-KEY%28vegetarian+restaurants%29&relpos=2&citeCnt=1&searchTerm=&featureToggles=FEATURE_NEW_DOC_DETAILS_EXPORT:1

Anexos

1. ¿SEXO?

- FEMENINO
- MASCULINO

2. ¿EDAD?

3. ¿DONDE ALMUERZA NORMALMENTE?

- CASA
- TRABAJO
- RESTAURANTE

- OTRO

4. ¿CON QUÉ FRECUENCIA VISITA USTED UN RESTAURANTE?

- CASA
- TRABAJO
- RESTAURANTE
- UNIVERSIDAD

5. ¿ASISTIRIA USTED A UN RESTAURANTE VEGETARIANO?

- SI
- NO

6. ¿CONSIDERA QUE LLEVAR UNA ALIMENTACIÓN SALUDABLE MEJORA SU SALUD?

- SI
- NO

7. ¿SUFRE USTED DE ALGUNA ENFERMEDAD QUE REQUIERA LLEVAR UNA DIETA BALANCEADA?

- SI
- NO

- HIPERTENSIÓN ARTERIAL
- CÁNCER
- OSTEOPOROSIS
- COLÓN
- OBESIDAD
- HIPERTRIGLICERIDEMIA

8. ¿LE GUSTARÍA QUE EN UN RESTAURANTE VEGETARIANO PUDIERAN ENCONTRAR OTRAS OPCIONES DE PLATOS QUE NO SEAN VEGETARIANOS?

- SI
- NO

9. ¿CUAL ES LA RAZÓN POR LA CUAL NO CONSUMIRIA COMIDA SALUDABLE Y/O VEGETARIANA?

- NO ES AGRADABLE
- NO PUEDE DEJAR DE CONSUMIR CARNE
- NO ES SU TIPO DE COMIDA
- NO LE GUSTA PARA NADA

10. ¿LE GUSTARÍA QUE HUBIERA UN NUEVO RESTAURANTE DE COMIDA VEGETARIANA EN LA CIUDAD DE CALI? ¿PORQUE?

- SI
- NO

11. ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UN PLATO?

- ENTRE \$15.000 Y \$20.000
- ENTRE \$20.000 Y \$25.000
- ENTRE \$25.000 Y \$30.000
- MÁS DE \$30.000