



**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE SALUDABLE
CON BASE DE AGUACATES EN LA CIUDAD DE SANTA MARTA**

ESTUDIANTES

RONALD ALBERTO AYALA MAURY

JUAN JOSÉ DE JESÚS MIRANDA CHARRIS

DIRECTOR

MANUEL GUILLERMO ANGULO JIMENEZ

**UNIDAD PARA EL DESARROLLO DE LA CIENCIA, LA INVESTIGACIÓN Y LA
INNOVACIÓN**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO

2023 - II



Tabla de Contenido

Resumen ejecutivo de la propuesta	7
Abstract	8
Introducción	9
Justificación.....	11
Antecedentes	13
Planteamiento del problema.....	15
Objetivo general.....	17
Objetivos específicos	17
Descripción del negocio.....	18
Concepto del negocio.....	18
Logo	18
Menú	19
Propuesta de valor	19
Inversiones totales requeridas	20
Requerimientos técnicos	21
Requerimiento humano	22
Nómina de venta	22
Metodología de investigación	23



Tipo de investigación	24
Análisis del mercado y la competencia	24
Análisis de ubicación	24
Benchmarking competitivo	25
Análisis de las encuestas	26
Plan de operación	32
Flujograma	32
Flujograma de operaciones	32
Análisis DOFA	34
Matriz DOFA	34
Necesidades y requerimientos	35
Requerimientos técnicos	35
Depreciación método line recta	36
Recurso humano	37
Nómina de venta	37
Servicios públicos	38
Insumos internos	39
Servicios generales	39
Arrendamiento	40



Gastos estimados de operación	40
Plan financiero	41
Proyección de ventas.....	42
ANALISIS VAN y TIR	47
Estado de resultado proyectado.....	50
Conclusiones y logros	51
Bibliografía citada.....	52



Índice de tablas

Tabla 1.....	19
Tabla 2.....	21
Tabla 3.....	21
Tabla 4.....	22
Tabla 5.....	22
Tabla 6.....	23
Tabla 7.....	35
Tabla 8.....	36
Tabla 9.....	37
Tabla 10.....	37
Tabla 11.....	37
Tabla 12.....	38
Tabla 13.....	39
Tabla 14.....	39
Tabla 15.....	40
Tabla 16.....	40
Tabla 17.....	41
Tabla 18.....	42
Tabla 19.....	47
Tabla 20.....	47
Tabla 21.....	48
Tabla 22.....	48



Tabla 23.....	49
Tabla 24.....	49
Tabla 25.....	50

Índice de figuras

Figura 1	18
Figura 2	26
Figura 3	28
Figura 4	29
Figura 5	30
Figura 6	31
Figura 7	32
Figura 8	34



Resumen ejecutivo de la propuesta

En Santa Marta se establece un modelo empresarial que busca satisfacer las demandas de los consumidores de comida saludable. La idea es establecer una empresa que se dedique a producir y comercializar alimentos elaborados a base de aguacate. Formando parte del sector gastronómico vegano, en respuesta a la creciente tendencia de buscar opciones saludables. Se ha evidenciado un aumento en el consumo de aguacate, por lo que se considera que es un concepto novedoso en la elaboración de estos alimentos.

La empresa buscará proporcionar productos de alta calidad y transmitir a los consumidores la importancia de los nutrientes y beneficios que el aguacate puede brindar en busca de crear un modelo que sea práctico, eficiente y rentable que permita la conquista completa de las necesidades de los consumidores brindando alternativas alimenticias saludables y deliciosas con el objetivo de establecerse como líder en el mercado de alimentos saludables con base de aguacate en la ciudad de Santa Marta, promoviendo una alimentación balanceada, ofreciendo platos deliciosos, nutritivos y de alta calidad. Buscando convertirse en el referente de la comida saludable en Santa Marta.

PALABRAS CLAVES: Aguacate, Gastronomía, comida saludable

Abstract

In Santa Marta, a business model is established that seeks to satisfy consumer demands for healthy food. The idea is to establish a company that is dedicated to producing and marketing foods made from avocado. Being part of the vegan gastronomic sector, in response to the growing trend of looking for healthy options. There has been an increase in the consumption of avocado, which is why it is considered a novel concept in the preparation of these foods.

The company will seek to provide high quality products and convey to consumers the importance of the nutrients and benefits that avocado can provide in search of creating a model that is practical, efficient and profitable that allows the complete conquest of consumer needs by providing healthy and delicious food alternatives with the aim of establishing itself as a leader in the market for healthy avocado-based foods in the city of Santa Marta, promoting a balanced diet, offering delicious, nutritious and high-quality dishes. Seeking to become the benchmark for healthy food in Santa Marta.

KEYWORDS: Avocado, Gastronomy, healthy food

Introducción

Golden Green es un restaurante que se compromete a brindar una experiencia gastronómica única basada en el aguacate. Se encuentra en la hermosa ciudad de Santa Marta, Colombia, y tiene como objetivo ofrecer a todos nuestros clientes una opción saludable y deliciosa para su alimentación diaria.

Especializándose en la creación de platos innovadores y deliciosos que tienen al aguacate como protagonista, se especializa en mostrar la importancia de mantener una dieta equilibrada y nutritiva. Este superalimento versátil, reconocido por sus múltiples beneficios, inspira una receta culinaria única que satisfaga los paladares más exigentes (FDA, 2000).

Realizando un estudio de mercado de futuras competencias y mediante encuestas en plataformas digitales analizando la aceptación del público de los platillos a ofrecer, además de llevar a efecto una proyección comercial para asegurar la rentabilidad y viabilidad del plan de negocio considerando los costos de producción de cada uno de los productos a ofrecer, los gastos de administración y se proyectó las ventas para ofrecer una propuesta económica sostenible.

En Golden Green, no solo se enfoca en la alta calidad de nuestros productos, sino también en brindar un ambiente acogedor y amigable, donde los consumidores se sientan como en casa mientras disfrutan de los platos únicos y saludables, permitiéndoles que descubran cómo el aguacate se convierte en la estrella de cada uno de los platillos irresistibles en Golden Green.

Por medio de Golden Green se busca promover el consumo de aguacate destacando de los grandes beneficios que nos brindan para la salud, como lo son:

Regularizar el azúcar en la sangre ayudando a evitar la resistencia de la insulina, ayudando a desinflamar las articulaciones a los pacientes que padecen diabetes, artritis y reumatoide además de mejorar la digestión, el aguacate también tiene beneficios estéticos

nutriendo la piel, las uñas y el cabello por su alto contenido en vitaminas C y E (Wang et al.,2015).

El auge de este producto ha incrementado desde el 2018 su consumo y su producción a nivel nacional, más de un 55% ya que a los consumidores les interesa un buen estado de salud.

Los restaurantes con temática saludable van en incremento a nivel nacional e internacional debido a la preocupación por la salud física y la alimentación sana y de buena calidad para sus cuerpos con eso prevenir ciertas enfermedades a futuro. (El País, 2019).

Justificación

Una alimentación saludable juega un papel fundamental en el óptimo desarrollo individual y en la prevención de enfermedades, ya que nuestro organismo necesita buenos hábitos para mantener un estilo de vida saludable. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), una dieta equilibrada y nutritiva puede reducir el riesgo de enfermedades cardíacas, diabetes tipo 2, obesidad y varios tipos de cáncer (OMS, 2019). Además, la comida chatarra es un alimento profundamente procesado y por su alto contenido en sal y azúcar no es necesario consumirlo en exceso, poniendo en peligro la salud. Además, por su rapidez y economía, es un tipo de alimento que se puede consumir en cualquier momento (DA Castro Torres, AP Díaz Solís - 2018). Aparte de eso, tiene implicaciones en la salud y un impacto en la salud corporal por los altos niveles de colesterol, grasas, azúcar y sal que contienen estos productos en grandes cantidades.

Estos son los ingredientes principales y no aportan nada saludable para tu organismo. De hecho, puedes sufrir de hipertensión arterial, diabetes y enfermedades cardiovasculares si lo consumes. (DA Castro Torres, AP Díaz Solís - 2018). Sin

embargo, la web de Vitalsalud asegura que las consecuencias e impactos más comunes están relacionados con dos enfermedades potencialmente graves: la obesidad y la diabetes. Aparte de eso, también son motivo de preocupación otras enfermedades como problemas cardíacos, hipertensión, trastornos circulatorios y envejecimiento prematuro. (Vitalia Salud, 2020). En el menú encontrarás una amplia variedad de opciones, desde deliciosas ensaladas, wraps, sándwiches y hamburguesas, postres y snacks saludables, cada uno con un toque especial de aguacate. Estará dirigido a todo tipo de público, para que puedan ser conscientes de su salud y bienestar, y buscar opciones de alimentos deliciosos y equilibrados para su dieta diaria.

Actualmente en la ciudad de Santa Marta existen varios restaurantes que ofrecen una selección de platos saludables, pero hasta el momento ninguno que se especialice en nuestro ingrediente principal “AGUACATE” el cual tiene un enfoque único y diferenciador de la competencia, brindando una experiencia gastronómica personalizada y de calidad. A

través de encuestas al público se ha demostrado la aceptabilidad de un restaurante con una temática distintiva de frutas como el aguacate, que tradicionalmente se consume como acompañamiento de las comidas samaritanas. En

conclusión, a través de GOLG GREEN se busca brindar una variedad de alimentos deliciosos y nutritivos, que eliminen el consumo excesivo de alimentos procesados nocivos para el cuerpo humano y que los samarios puedan hacer de este concepto una elección frecuente en sus vidas.

Antecedentes

A continuación, se presentan extractos de los diferentes proyectos de investigación relacionados con el plan de negocios Golden Green:

Creación de un restaurante de comida saludable en Piedecuesta, Santander, Este proyecto resalta la importancia del cambio hacia alimentos saludables y no procesados. Destaca la inclusión del aguacate en varios platos, enfocándose en nutrientes y sustancias beneficiosas. El estudio cuantitativo demostró una amplia aceptación en Piedecuesta para un negocio basado en alimentación saludable, respaldando la viabilidad del proyecto, por lo tanto, esto tuvo una tasa de aceptación de carácter local (palomino , 2020).

El enfoque cuantitativo de este estudio se centró en la probabilidad de abrir un restaurante en Sahagún Córdoba, aprovechando el aumento en innovación y desarrollo en la zona. Destaca la utilización del aguacate en la gastronomía local y resalta la importancia del talento en el equipo de trabajo. Proyecto de (Agamez, 2020)

Modelo de negocio para un restaurante en Cartago, Valle del Cauca, este proyecto de pregrado aborda la falta de opciones de alimentación saludable en Cartago. La investigación concluye que no hay competidores que aborden completamente esta necesidad, presentando una oportunidad para implementar un modelo de negocio centrado en alimentos saludables. (Duque, 2019)

Mes del restaurante saludable, esta investigación se centra en proponer alimentos frescos y orgánicos para diferentes objetivos de salud tales como adelgazar o ganar peso. Muestra la importancia del aguacate y destaca la necesidad de mejoras con elementos electrónicos con la interacción institucional a través de herramientas de inteligencia artificial. (Otalora, 2020)

Este proyecto de la Universidad Antonio Nariño se enfoca en crear un restaurante para personas comprometidas con el fitness, resaltando el uso del aguacate. La investigación mixta demuestra la viabilidad del proyecto a nivel local en Santa Marta. (Meldrano, 2022)

Este proyecto se centra en un plan de negocios para un restaurante de comida rápida saludable en Bogotá. Este negocio exige de manera fiable que la comida rápida cumpla los estándares de calidad sin olvidar el valor agregado de esta misma. Destaca la importancia del aguacate en la preparación de alimentos saludables. El análisis financiero muestra la viabilidad del proyecto.

Este proyecto de la Pontificia Javeriana aborda la creación de una hamburguesería saludable en Bogotá, destacando la frescura y naturalidad de los ingredientes, incluyendo el aguacate; sin exceso de grasas, sales y calorías, y una buena opción para vegetarianos y veganos. La investigación cuantitativa se basa en encuestas y análisis de datos numéricos.

Estos proyectos evidencian la creciente demanda y aceptación de negocios centrados en alimentos saludables en diversas regiones de Colombia, con el aguacate desempeñando un papel relevante en la oferta gastronómica.

Ellos, a su vez, señalaron que los cambios en la realidad son parte del inicio de un negocio y por lo tanto en el camino se encuentran inconsistencias que hay.

Planteamiento del problema

El mercado de alimentos saludables en Colombia ha experimentado un crecimiento constante en los últimos años, lo que indica una alta demanda por parte de los consumidores. En este sentido, la oferta de restaurantes saludables es cada vez más popular entre los consumidores colombianos debido a la calidad y novedad de los platos que se ofrecen en el mercado. Por la propuesta de valor que proponen, que es la alimentación saludable. En particular, los platos que ofrecen son naturalmente saludables, especialmente aquellos que contienen aguacate, ya que estos tienen muchos beneficios para la salud junto con el aguacate, que ha ganado popularidad en los últimos años gracias a sus múltiples usos en el consumo alimentario. Variedad de platos. Sin

embargo, el tema de la alimentación saludable aún no está tan arraigado entre la población colombiana, aún se encuentran en una etapa de concientización sobre esta nueva tendencia de alimentación más saludable, lo que dificulta que estos productos lleguen a una base de consumidores más amplia.

Por lo que surge la necesidad de estudiar la viabilidad de establecer un restaurante de aguacate saludable en Colombia, especialmente en la ciudad de Santa Marta. Algunos

de los mayores desafíos para crear un restaurante saludable incluyen los gustos diferentes y cambiantes de las personas, las fluctuaciones en el precio de los aguacates y las costumbres que la comida chatarra ya impone a la población. Asimismo, la oferta de restaurantes saludables en la ciudad de Santa Marta es limitada, generando un espacio importante para explorar nuevas oportunidades de negocios. Por

lo tanto, este proyecto de investigación busca responder la siguiente pregunta: ¿Es factible abrir un restaurante saludable a base de aguacate en la ciudad de Santa Marta? Para

ello se realizan estudios de mercado para comprender las necesidades y preferencias de los consumidores. Con ello se pretende contribuir al desarrollo de nuevas oportunidades de negocio en el mercado de fitness y nutrición en Colombia y mejorar la oferta existente.

Objetivo general

Diseñar un plan de negocio en la creación de un restaurante saludable con base de aguacates en la ciudad de Santa Marta

Objetivos específicos

- Establecer una marca distintiva definiendo la identidad del restaurante que permita destacar la especialidad del aguacate y sus beneficios a la salud.
- Ejecutar un estudio de mercado reconociendo la competencia, y analizando la aceptación del público ante el plan de negocio innovador en la ciudad de santa marta.
- Realizar una proyección comercial de la rentabilidad y viabilidad que daría el plan de negocio.

Descripción del negocio

Concepto del negocio

La idea de negocio se centra en brindar platillos con diferente variedad, pero con la misma base siendo el AGUACATE, teniendo como nombre propio “Golden Green” haciendo referencia a lo valioso que puede ser el aguacate con su tonalidad verde.

Logo

Figura 1



Fuente: Elaboración propia

Un logo atractivo visualmente haciendo referencia el dorado del oro y el verde de los aguacates, transmitiendo un mensaje de lujo y comida saludable

Menú

organizando un portafolio empresarial con los siguientes platillos

Tabla 1

PLATILLO 1	Guacamole
PLATILLO 2	Ensalada de aguacate y camarones
PLATILLO 3	Tostadas de aguacate con huevo pochado
PLATILLO 4	Ensalada de pollo con aguacate
PLATILLO 5	Hamburguesa de aguacate
PLATILLO 6	Pasta con salsa cremosa de aguacate
PLATILLO 7	Ceviche de aguacate y mariscos
PLATILLO 8	Sándwich de aguacate, tomate y bacón
PLATILLO 9	Gazpacho de aguacate
PLATILLO 10	Quesadillas de aguacate y queso cheddar
BEBIDA 1	Frappe de aguacate
BEBIDA 2	Frappe de yuca
POSTRE	Gelatina de aguacate con lima

Fuente: Elaboración propia

Propuesta de valor

La empresa brindara servicios únicos con mucha variedad para diversos gustos, por lo tanto, se presenta las siguientes propuestas:

- Variedad de platillos: Ofrecer una amplia gama de platillos que tengan al aguacate como ingrediente estrella, desde opciones tradicionales hasta creaciones innovadoras. Podrían incluir hamburguesas con guacamole, sándwiches de aguacate, ensaladas con aguacate y sushi con aguacate, solo por mencionar algunos ejemplos.

- Ingredientes frescos y de calidad: Destacar por utilizar aguacates frescos y de la mejor calidad en todos los platillos.
- Enfoque saludable: Promover una alimentación saludable al incluir opciones bajas en grasas saturadas y ricas en nutrientes. Además, el aguacate es conocido por ser una excelente fuente de grasas saludables, vitaminas y minerales.
- Ambiente temático: Tener un ambiente relajado y atractivo en el restaurante, utilizando elementos relacionados con el aguacate en la decoración y el diseño del lugar
- Menú personalizable: Brindar la posibilidad de personalizar los platillos según las preferencias de los comensales. permitiendo elegir diferentes salsas o aderezos a base de aguacate para acompañar sus platillos
- Cliente preferencial: A los clientes que frecuentemente consuman en el restaurante podrán recibir el beneficio donde cada 10 compras podrán obtener un platillo gratis.

Inversiones totales requeridas

Para lograr alcanzar los objetivos técnicos y lograr la apertura de la empresa se indicará los requerimientos técnicos para operaciones a nivel físico, logístico y humano

Requerimientos técnicos

Tabla 2

Concepto	Insumo Técnico	Valor Estimado Total
Maquinaria y Equipo	Estufa industrial completa	\$ 4.200.000
	Campana extractora	\$ 800.000
	Licuadaora industrial	\$ 600.000
	Lavamanos portátil	\$ 400.000
	Picadora	\$ 300.000
	2 freezer	\$ 3.400.000
	Mesón de aluminio	\$ 400.000
	Microondas	\$ 250.000
	utensilios de cocina	\$ 1.550.000
	Cubiertos	\$ 300.000
	Bascula de cocina	\$ 200.000
Total maquinaria y equipo		\$ 12.400.000
Muebles y enseres	minie Split	\$ 3.600.000
	sillas rimax	\$ 1.100.000
	mesas rimax	\$ 400.000
	ventiladores	\$ 700.000
	televisor	\$ 1.800.000
Total muebles y enseres		\$ 7.600.000
Equipo de computación y comunicaciones	computador	\$ 2.000.000
	celular corporativo	\$ 800.000
	teléfono fijo	\$ 150.000
	impresora de facturas	\$ 410.000
Total equipo de computación y comunicaciones		\$ 3.360.000
TOTAL DE INSUMOS TECNICOS		\$ 23.360.000

Tabla 3

Concepto	Costo Activos F.	Meses de Vida Útil	Costo mensual	Costo anual
Maquinaria y equipo	\$ 12.400.000	120	\$ 82.667	992.000
Muebles y enseres	\$ 7.600.000	60	\$ 101.333	1.216.000
Equipo de computación y comunicaciones	\$ 3.360.000	60	\$ 44.800	537.600
Costos Totales de Depreciaciones	\$ 23.360.000		\$ 228.800	2.745.600

Fuente: Elaboración propia

Requerimiento humano

Nomina administrativa

Tabla 4

Cargo	Salario	Aux Transporte	Seguridad Social	Parafiscales	Prestaciones sociales	Total mensual	Total anual
Auxiliar de caja y contabilidad	\$1.200.000	\$140.606	\$156.000	\$48.000	\$261.900	\$1.806.506	\$21.678.072
Costos Totales de Nómina Administrativa	\$1.200.000	\$140.606	\$156.000	\$48.000	\$261.900	\$1.806.506	\$21.678.072

	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026	AÑO 2027	AÑO 2028
Proyección anual de Costos de Nómina Administrativa	\$ 21.678.072,00	\$ 22.111.633,44	\$ 22.553.866,11	\$ 23.004.943,43	\$ 23.465.042,30

Fuente: Elaboración propia

Nómina de venta

Tabla 5

Cargo	Salario	Aux Transporte	Seguridad Social	Parafiscales	Prestaciones sociales	Total mensual	Total anual
Meseros	\$ 1.160.000	\$ 140.606	\$ 150.800	\$ 46.400	\$ 253.170	\$ 1.750.976	\$ 21.011.712
Costos Totales de Nómina de venta	\$ 1.160.000	\$ 140.606	\$ 150.800	\$ 46.400	\$ 253.170	\$ 1.750.976	\$ 21.011.712

	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026	AÑO 2027	AÑO 2028
Proyección anual de Costos de Nómina de venta	\$ 21.011.712,00	\$ 21.431.946,24	\$ 21.860.585,16	\$ 22.297.796,87	\$ 22.743.752,81

Fuente: Elaboración propia



Nomina operativa

Tabla 6

Cargo	Salario	Aux Transporte	Seguridad Social	Parafiscales	Prestaciones sociales	Total mensual	Total anual
Jefe De Cocina	\$ 1.500.000	\$ 140.606	\$ 195.000	\$ 60.000	\$ 327.375	\$ 2.222.981	\$26.675.772
Auxiliar De Cocina	\$ 1.160.000	\$ 140.606	\$ 150.800	\$ 46.400	\$ 253.170	\$ 1.750.976	\$21.011.712
Costos Totales de Nómina Operativa	\$ 2.660.000	\$ 281.212	\$ 345.800	\$ 106.400	\$ 580.545	\$ 3.973.957	\$47.687.484

	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026	AÑO 2027	AÑO 2028
Proyección anual de Costos de Nómina Operativa	\$47.687.484	\$48.641.234	\$49.614.058	\$50.606.340	\$51.618.466

Fuente: Elaboración propia

Metodología de investigación

Se realiza un método mixto abarcando lo cualitativo para identificar las preferencias de los consumidores samarios por estos tipos de platillos, se realiza un análisis con el que se pretende resumir las tendencias de al consumo de los platillos en base de aguacate, su precio y promoción, y lo cuantitativo se realizaron encuestas estructuradas a una muestra 101 personas samarias en el centro histórico de la ciudad para así recopilar información cuantitativa sobre sus preferencias en el ámbito saludable y su agrado hacia las comidas en base de aguacate. Esto permitirá obtener datos numéricos que ayuden a identificar tendencias de comida saludable para así determinar segmentos de mercado y estimar una futura demanda potencial.



Tipo de investigación

EN este documento trata sobre los tipos de investigación exploratoria y descriptiva, pues con el tipo exploratorio iniciamos una investigación sobre la implementación de este proyecto y con el tipo descriptivo explicamos todos los temas tratados en este proyecto, presentando así una encuesta para la aceptación del público. productos y proporcionar información sobre los beneficios de los aguacates.

Análisis del mercado y la competencia

Análisis de ubicación

Mediante un análisis amplio de los sectores más llamativos para la localización del restaurante, se obtuvo un acuerdo por los beneficios del turismo y la facilidad de acceso a un sector comercial como lo es el centro turístico de santa marta.

El sector turístico de santa marta nos brindara beneficios, como lo son:

Facilitación de acceso por ser una zona muy comercial en santa marta, donde cada uno de los habitantes saben llegar a este.

Se podrá conseguir clientes desde el mismo local debido a la popularidad del sector siendo este uno de los lugares más visitados turísticamente tanto por extranjeros como por los mismos samarios que se encuentran pasando tiempo agradable en búsqueda de alimentos, esto nos beneficia para difundir nuestro proyecto siendo visible para las personas que transiten por este sector que no hayan tenido el placer de conocernos.

Benchmarking competitivo

Para el desarrollo del Benchmarking Debido a que el aguacate es una fruta de gran demanda en la ciudad de Santa Marta, varios restaurantes con temática saludable lo han implementado en algunos de sus platos para que también tengan oferta al público. De ellas, esta empresa se especializa en la elaboración de platos a base de aguacate. Los

restaurantes en la ciudad de Santa Marta que ofrecen temas saludables y ciertos platos a base de aguacate son:

Go Green: ubicado en el centro comercial Las Olas, uno de los más populares de la ciudad por su buena trayectoria en brindar comida saludable en la ciudad de Santa Marta, el plato estrella son las berenjenas fritas con salsa de aguacate. Importante

restaurante: ubicado en el centro histórico en la carrera 3 y calle 15, es un restaurante vegetariano que ofrece una variedad de platos a su público, considerando que uno de sus grandes platos es el kibbe con guacamole.

Comida rápida saludable La playita: ubicado en la Calle 16 con carrera 4, es uno de los restaurantes temáticos saludables que se ofrecen en la ciudad de Santa Marta que brinda comida rápida a base de productos 100% orgánicos a base de platos afines como las hamburguesas.

kibbe con aguacate. Al

prestar atención a los restaurantes que se mencionan a continuación, concluimos que son competidores directos en la ciudad de Santa Marta en el tema de comida saludable, pero Golden Green tiene su propia especialidad y distinción con un menú didáctico que ofrece la posibilidad de modificar cualquier plato de nuestro menú. Una cualidad que sólo tiene Golden Green

En la ciudad de Santa Marta aún no hemos encontrado un restaurante de nuestras características

cuyo ingrediente principal sea el aguacate, por ello se realizó una encuesta para analizar la aceptación del público y cuánto visitan el restaurante.

Análisis de las encuestas

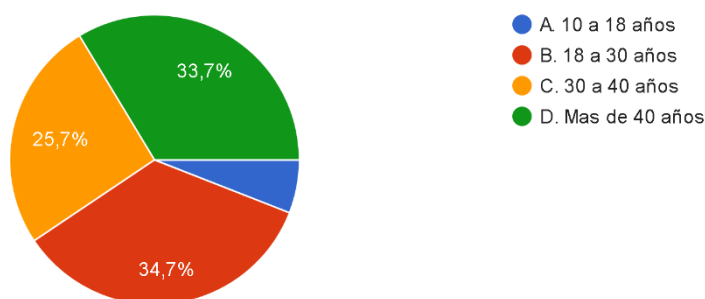
En la ciudad de Santa Marta, aunque hay restaurantes con características del ámbito saludable no se ha encontrado ninguno con características similares al énfasis antes dado, teniendo el aguacate como ingrediente principal en los platillos por lo tanto se realizaron encuestas para analizar la aceptación del público y que tan visitado podría ser por ellos.

A continuación, se presentarán las muestras realizadas a personas que transitaban en el sector del centro turístico de la ciudad de Santa Marta:

Figura 2

2. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?

101 respuestas



Fuente: Elaboración propia

La gráfica indica que la mayoría de las personas que realizaron del sondeo se encuentran en el rango de edades de 18 a 30 años, con un 34,7% participación. Asimismo, un 33,7% de la

población del sondeo tienen un rango de edad de 30 a 40 años, un 25,7% está en el rango de más de 40 años y un 5,9% en el rango de edad de 10 a 18 años.

La predominancia de personas en el rango de edades de 18 a más de los 40 años se refleja de forma positiva de acuerdo a los intereses de la empresa por varias razones; en primer lugar, este grupo demográfico generalmente posee un poder adquisitivo en comparación con los más jóvenes, es decir, un porcentaje significativo se encuentra laborando o iniciando su vida laboral, por lo tanto, es probable que cuenten con los recursos para consumir los productos o servicios de nuestra empresa.

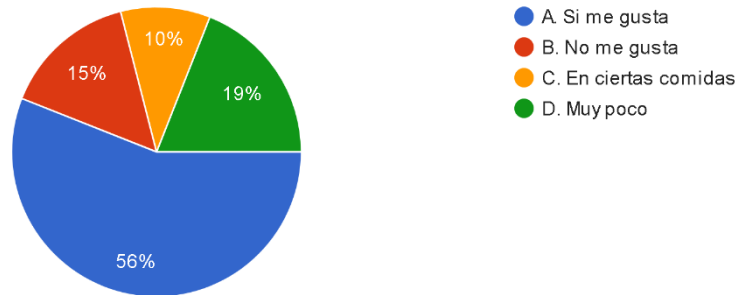
Asimismo, los jóvenes adultos han demostrado ser influyentes en la creación de tendencias, lo cual genera posibilidades de que, si este grupo genera interés, es probable que otros grupos lo hagan, además, se ha evidenciado que los jóvenes son usuarios activos de las redes sociales, lo cual nos permite como empresa implementar nuestras estrategias de marketing digital para llegar a ellos de manera efectiva.

En resumen, para la empresa son significativos los resultados de la encuesta, debido a que la predominancia de estas personas atrae aspectos positivos para nuestra rentabilidad, no obstante, es importante no desatender la población minoritaria, porque todos hacen parte de nuestros clientes potenciales.

Figura 3

3. ¿Le gusta el aguacate en la comida?

100 respuestas



Fuente: Elaboración propia

La gráfica indica que la gran mayoría de las personas que participaron del sondeo tienen una preferencia positiva por el aguacate, con un 56% de las respuestas afirmativas. un 15% indicó que no les gusta el aguacate. Esta información es fundamental para nuestra empresa, porque los resultados demuestran que la mayoría de la población tiene una afinidad por el ingrediente principal de nuestros productos; una población de características intermedia de un 19% y 10%.

Ahora bien, esto podría interpretarse como punto de partida de nuestra empresa, dado que la afinidad predominante sugiere que existe un mercado sólido y entusiasta para los productos a base de aguacate, lo cual además puede traducirse en oportunidades de crecimiento y expansión. No obstante, para las personas que respondieron “no les gusta el aguacate”, puede presentarse la oportunidad de educar sobre todos los beneficios del consumo de este alimento y posiblemente cambiar su percepción a futuro.

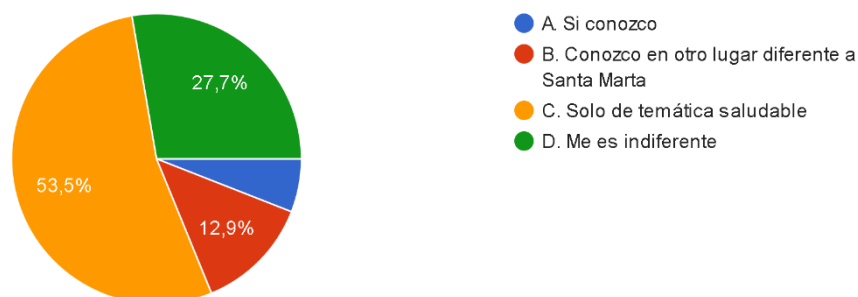
En general, esta gráfica, nos revela un mercado potencial y oportunidades para nuestra empresa debido a la afinidad con el producto principal entre la población participante

Así mismo educar a la población de unas características intermedias para afianzarlas de una como clientes permanentes a futuro.

Figura 4

4. ¿Conoce usted un restaurante con temática del aguacate y saludable en la ciudad de Santa Marta?

101 respuestas



Fuente: Elaboración propia

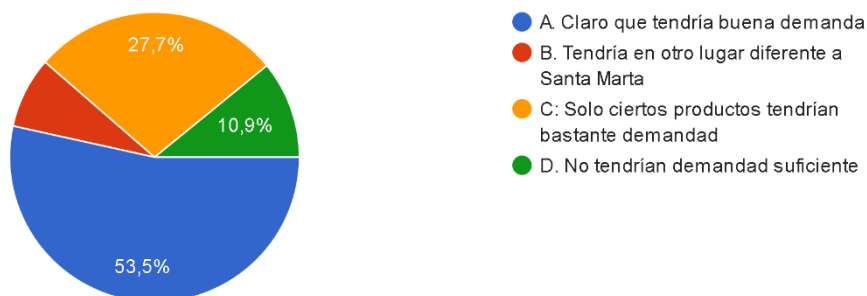
Con respecto a los resultados de esta gráfica, se puede interpretar que, el 53,5% de respuestas indica que solo conocen de la temática saludable, lo cual indica un alto nivel de optimismo acerca de la demanda de platillos en base a productos saludable en la ciudad, por lo tanto, un gran porcentaje podría estar interesada en un mercado para este tipo de productos en base de aguacate. Del mismo modo, el hecho de que el 27,7% de las respuestas sean “me es indiferente” sugiere que existe un grupo considerable que se podría disponer a considerar la demanda del producto, por lo tanto, se puede entender como una ampliación del mercado potencial. Sin embargo, el 5,9% que respondió “si conozco”, podrían pertenecer a los grupos minoritarios del sondeo que conocen platillos que contengan algo de aguacate, por último, el 12,9% del sondeo que marco “conozco en otro lugar diferente a santa marta”, es positivo ya que así nos da más cavidad para llevarlo a cabo en la ciudad de santa marta.

En resumen, estos resultados reflejan un nivel importante de optimismo sobre la demanda de nuestros platillos a base de aguacate, lo cual podemos interpretar como una señal positiva para su éxito en el mercado.

Figura 5

5. ¿ Considera que platillos en base de aguacate tendrían bastante Demanda en la ciudad de Santa Marta?

101 respuestas



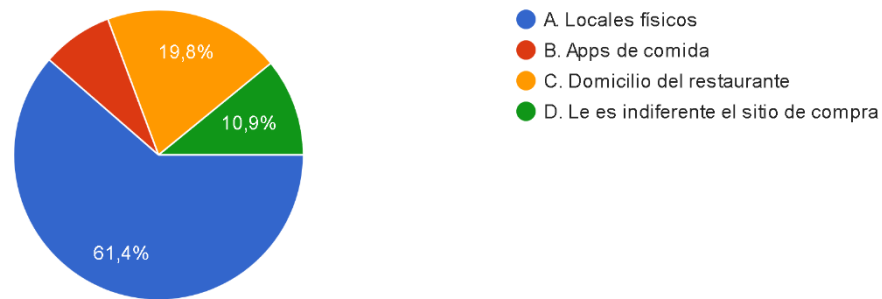
Fuente: Elaboración propia

Los resultados de esta gráfica indican que el 53,5 % de las personas están de acuerdo que los platillos en base de aguacate tendrían buena demanda en la ciudad de Santa Marta, lo cual supone una oportunidad para nuestra idea de negocio, porque en la ciudad existen pocas competencias directas o indirectas y eso nos establece como una empresa innovadora y creativa que comercializa dichos productos. El otro 27,7% cuyas respuestas fueron “solo ciertos productos” indican que en definitiva existen personas que no le van a llamar la atención toda la carta propuesta. Teniendo también un 10,9% que opinan que no tendrían demanda suficiente, pero este es la minoría de encuestados que no les gusta el aguacate o no sabe de la tendencia saludable que se está presentando la ciudad de Santa Marta productos en base de aguacate, sin embargo, por un último 7,9% del censo arroja que sería más demandante en otra

ciudad diferente a santa marta ya que acá la gente está un poco des familiarizada con temas de la alimentación saludable

Figura 6

¿ A través de que medio a usted le gusta pedir sus platillos?
101 respuestas



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los resultados de la gráfica, pudimos interpretar que la mayoría de las personas encuestadas prefieren adquirir alimentos en locales y canales físicos, representados por el 61,4% en la gráfica. Esto implica que en las visión y metas de nuestro plan de negocio debe priorizarse la ubicación en locales físicos, dado que es la preferencia del consumidor, además esto nos permite demostrar la calidad y frescura de nuestros alimentos, y la posibilidad de interactuar con los clientes para obtener recomendaciones personalizadas.

Un pequeño porcentaje, el 7,9%, indica que prefiere adquirirlo a través de apps de comida, por lo tanto, también nos encontraremos en varios tipos de apps de comida, un 19,8% que marco “domicilio del restaurante” por lo tanto, se requiere también del uso de pedidos a domicilio, para abarcar las necesidades de todos nuestros consumidores, pero, además, genera la oportunidad de ampliar la visibilidad de nuestras estrategias de marketing digital y generar mayores ventas. Por

último, un 10,9% indica que les es indiferente el sitio de compra, por lo que se interpreta que están dispuestos a adquirir los alimentos en cualquier lugar.

En general, estos resultados indican que existen diversas opciones de distribución que pueden ser útiles para acceder a un público más amplio y que favorecen el desarrollo de nuestras estrategias de marketing y de ventas.

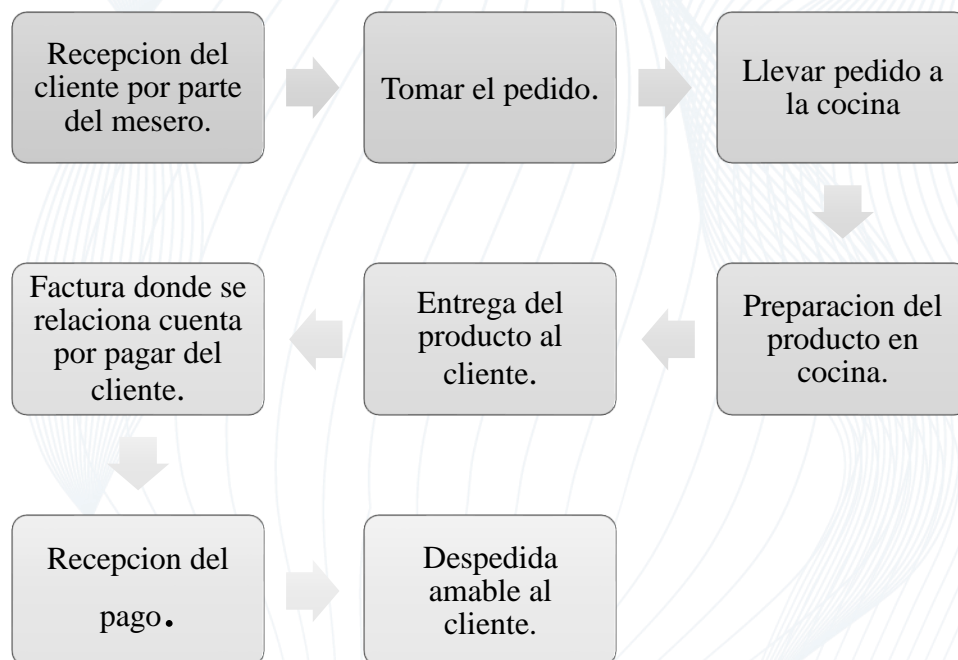
Plan de operación

Flujograma

Identificar el proceso de atención para la experiencia en Golden Green como se muestra en el siguiente grafico

Flujograma de operaciones

Figura 7



Fuente: Elaboración propia

1. Recepción del cliente:

- El cliente entra al restaurante y es recibido por el personal de recepción.
- Se les muestra una mesa disponible y se le acompaña a su lugar.

2. Tomar el pedido:

- Un camarero se acerca a la mesa para tomar el pedido del cliente.
- El camarero toma nota de los platos y bebidas que el cliente desea.

3. Pedido llevado a cocina:

- El camarero entrega el pedido al personal de cocina, ya sea de forma física o a través de un sistema de pedidos.

4. Preparación del producto en cocina:

- El personal de cocina se encarga de la preparación de los platos solicitados.
- Se siguen los procedimientos y tiempos de preparación definidos para cada plato.

5. Entrega del producto al cliente:

- Una vez listos los platos, el personal de cocina los entrega al camarero correspondiente.
- El camarero lleva los platos a la mesa del cliente de manera eficiente y amigable.

6. Factura y cuenta por pagar:

- El camarero presenta la factura al cliente, detallando los productos y servicios consumidos.
- El cliente revisa la factura y se le informa el monto total a pagar.

7. Recepción del pago:

- El cliente realiza el pago de la cuenta.
- El personal de recepción o caja registra el pago y proporciona un comprobante al cliente.

8. Despedida:

- El personal de recepción agradece al cliente por su visita y le desea una buena despedida.

- El cliente se retira del restaurante satisfecho

Análisis DOFA

La matriz DOFA, también conocida como análisis FODA o matriz DAFO, es una herramienta de análisis utilizada en el ámbito empresarial y estratégico. Las siglas DOFA representan las cuatro categorías que se analizan: Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas.

Matriz DOFA

Figura 8

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<p>1. Competencia: Puede haber otros restaurantes en Santa Marta que también ofrezcan platos con aguacate, lo que genera competencia en el mercado.</p> <p>2. Dependencia del suministro de aguacate: Si hay problemas con la producción o el suministro de aguacates locales, podría haber dificultades para mantener una oferta constante.</p> <p>3. Estacionalidad: Dependiendo de la temporada, la disponibilidad y los precios del aguacate pueden variar, lo que puede afectar los costos y la rentabilidad.</p>	<p>1. Tendencia saludable: El aguacate es considerado como un alimento saludable y se ha vuelto muy popular en las tendencias de alimentación saludable y dietas.</p> <p>2. Turismo culinario: Santa Marta es un destino turístico importante, lo que podría atraer a turistas interesados en probar platos locales con aguacate.</p> <p>3. Innovación culinaria: Hay espacio para desarrollar nuevas recetas y combinaciones con el aguacate, aprovechando su versatilidad y sabor.</p>
FORTALEZAS	AMENAZAS
<p>1. Alta demanda de aguacate: El aguacate es muy popular y apreciado por los residentes y visitantes de Santa Marta.</p> <p>2. Variedad de platos con aguacate: Existen muchas opciones para crear platos deliciosos y creativos utilizando el aguacate como ingrediente principal.</p> <p>3. Disponibilidad local: Santa Marta se encuentra en una región adecuada para el cultivo de aguacates, lo que puede garantizar un suministro constante y fresco.</p>	<p>1. Cambios en los precios: Los precios del aguacate pueden fluctuar debido a factores climáticos o situaciones de mercado, lo que podría afectar la rentabilidad y los costos del restaurante.</p> <p>2. Preferencias cambiantes del consumidor: Las preferencias y tendencias alimenticias pueden cambiar con el tiempo, lo que podría afectar la demanda de platos con aguacate.</p> <p>3. Competencia local: Otros restaurantes y negocios gastronómicos en Santa Marta podrían desarrollar también ofertas con aguacate</p>

Fuente: Elaboración propia

Necesidades y requerimientos

Para la iniciación de actividades operativas, se presentan los recursos necesarios para el funcionamiento de la empresa

Requerimientos técnicos

Tabla 7

Concepto	Insumo Técnico	Valor Estimado Total
Maquinaria y Equipo	Estufa industrial completa	\$ 4.200.000
	Campana extractora	\$ 800.000
	Licuadaora industrial	\$ 600.000
	Lavamanos portátil	\$ 400.000
	Picadora	\$ 300.000
	2 freezer	\$ 3.400.000
	Mesón de aluminio	\$ 400.000
	Microondas	\$ 250.000
	utensilios de cocina	\$ 1.550.000
	Cubiertos	\$ 300.000
Bascula de cocina	\$ 200.000	
Total maquinaria y equipo		\$ 12.400.000
Muebles y enseres	minie Split	\$ 3.600.000
	sillas rimax	\$ 1.100.000
	mesas rimax	\$ 400.000
	ventiladores	\$ 700.000
	televisor	\$ 1.800.000
Total muebles y enseres		\$ 7.600.000
Equipo de computación y comunicaciones	computador	\$ 2.000.000
	celular corporativo	\$ 800.000
	teléfono fijo	\$ 150.000
	impresora de facturas	\$ 410.000
Total equipo de computación y comunicaciones		\$ 3.360.000
TOTAL DE INSUMOS TECNICOS		\$ 23.360.000

Depreciación método line recta

Tabla 8

Maquinaria y equipo						
Años	-	2024	2025	2026	2027	2028
Depreciación anual		\$ 992.000	\$ 992.000	\$ 992.000	\$ 992.000	\$ 992.000
Valor en libro	\$ 12.400.000	\$ 11.408.000	\$ 10.416.000	\$ 9.424.000	\$ 8.432.000	\$ 7.440.000

Muebles y enseres						
Años	-	2024	2025	2026	2027	2028
Depreciación anual		\$ 1.216.000,00	\$ 1.216.000,00	\$ 1.216.000,00	\$ 1.216.000,00	\$ 1.216.000,00
Valor en libro	\$ 7.600.000,00	\$ 6.384.000,00	\$ 5.168.000,00	\$ 3.952.000,00	\$ 2.736.000,00	\$ 1.520.000,00

Computación y comunicación						
Años	-	2024	2025	2026	2027	2028
Depreciación anual		\$537.600,00	\$537.600,00	\$537.600,00	\$537.600,00	\$537.600,00
Valor en libro	\$3.360.000,00	\$2.822.400,00	\$2.284.800,00	\$1.747.200,00	\$1.209.600,00	\$672.000,00

Concepto	Costo Activos F.	Meses de Vida Útil	Costo mensual	Costo anual
Maquinaria y equipo	\$ 12.400.000	120	\$ 82.667	992.000
Muebles y enseres	\$ 7.600.000	60	\$ 101.333	1.216.000
Equipo de computación y comunicaciones	\$ 3.360.000	60	\$ 44.800	537.600
Costos Totales de Depreciaciones	\$ 23.360.000		\$ 228.800	2.745.600

Fuente: Elaboración propia

Recurso humano

Tabla 9

Cargo	Salario	Aux Transporte	Seguridad Social	Parafiscales	Prestaciones sociales	Total mensual	Total anual
Auxiliar de caja y contabilidad	\$1.200.000	\$140.606	\$156.000	\$48.000	\$261.900	\$1.806.506	\$21.678.072
Costos Totales de Nómina Administrativa	\$1.200.000	\$140.606	\$156.000	\$48.000	\$261.900	\$1.806.506	\$21.678.072

	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026	AÑO 2027	AÑO 2028
Proyección anual de Costos de Nómina Administrativa	\$ 21.678.072,00	\$ 22.111.633,44	\$ 22.553.866,11	\$ 23.004.943,43	\$ 23.465.042,30

Fuente: Elaboración propia

Nómina de venta

Tabla 10

Cargo	Salario	Aux Transporte	Seguridad Social	Parafiscales	Prestaciones sociales	Total mensual	Total anual
Meseros	\$ 1.160.000	\$ 140.606	\$ 150.800	\$ 46.400	\$ 253.170	\$ 1.750.976	\$ 21.011.712
Costos Totales de Nómina de venta	\$ 1.160.000	\$ 140.606	\$ 150.800	\$ 46.400	\$ 253.170	\$ 1.750.976	\$ 21.011.712

	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026	AÑO 2027	AÑO 2028
Proyección anual de Costos de Nómina de venta	\$ 21.011.712,00	\$ 21.431.946,24	\$ 21.860.585,16	\$ 22.297.796,87	\$ 22.743.752,81

Fuente: Elaboración propia

Nomina operativa

Tabla 11

Cargo	Salario	Aux Transporte	Seguridad Social	Parafiscales	Prestaciones sociales	Total mensual	Total anual
Jefe De Cocina	\$ 1.500.000	\$ 140.606	\$ 195.000	\$ 60.000	\$ 327.375	\$ 2.222.981	\$26.675.772
Auxiliar De Cocina	\$ 1.160.000	\$ 140.606	\$ 150.800	\$ 46.400	\$ 253.170	\$ 1.750.976	\$21.011.712
Costos Totales de Nómina Operativa	\$ 2.660.000	\$ 281.212	\$ 345.800	\$ 106.400	\$ 580.545	\$ 3.973.957	\$47.687.484

	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026	AÑO 2027	AÑO 2028
Proyección anual de Costos de Nómina Operativa	\$47.687.484	\$48.641.234	\$49.614.058	\$50.606.340	\$51.618.466

Fuente: Elaboración propia

Servicios públicos

Tabla 12

Concepto	Consumo promedio	Tarifa mensual	Costo mensual	Costo anual
Energía (KW)	1.750	\$ 370	\$ 647.500	7.770.000
Acueducto (M3)	1.100	\$ 250	\$ 275.000	3.300.000
Gas Natural (M3)	1.100	\$ 500	\$ 550.000	6.600.000
Costos Totales de Servicios Públicos			\$ 1.472.500	\$ 17.670.000

	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026	AÑO 2027	AÑO 2028
Proyección anual de Servicios Públicos	\$17.670.000	\$18.023.400	\$18.383.868	\$18.751.545	\$19.126.576

Concepto	Consumo promedio	Tarifa mensual	Costo mensual	Costo anual
Internet Y Telefonía		\$ 120.000	\$ 120.000	1.440.000
Total gasto de internet y telefonía		\$ 120.000	\$ 120.000	1.440.000

	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026	AÑO 2027	AÑO 2028
Proyección anual de gasto de internet y telefonía	\$1.440.000,00	\$1.468.800	\$1.498.176	\$1.528.140	\$1.558.702

Fuente. Elaboración propia

Insumos internos

Tabla 13

Concepto	Costo mensual	Costo anual
Papelería Oficina	\$ 250.000	\$ 3.000.000
Materia de aseo y Cafetería	\$ 200.000	\$2.400.000
Material de Empaque productos	\$ 600.000	\$7.200.000
Costos Totales de Insumos y Suministros	\$ 1.050.000	\$12.600.000

	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026	AÑO 2027	AÑO 2028
Proyección anual de Insumos y Suministros	\$ 12.600.000,00	\$ 15.120.000,00	\$ 18.144.000,00	\$ 21.772.800,00	\$ 26.127.360,00

Fuente. Elaboración propia

Servicios generales

Tabla 14

Concepto	Costo mensual	Costo anual
Servicios Publicidad y Marketing	\$ 350.000,00	\$ 4.200.000,00
Mantenimiento Maquinaria Mensual	\$ 300.000,00	\$ 3.600.000,00
Costos Totales de Servicios Generales	\$ 650.000,00	\$ 7.800.000,00

	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026	AÑO 2027	AÑO 2028
Proyección anual de Servicios Generales	\$7.800.000	\$7.956.000	\$8.115.120	\$8.277.422	\$8.442.971

Fuente. Elaboración propia

Arrendamiento

Tabla 15

Concepto	Área	Costo x m2	Costo mensual	Costo anual
Arriendo Local	1.500	\$ 600	\$ 900.000	10.800.000
Costo Total Arrendamiento Operativo			\$ 900.000	10.800.000

	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026	AÑO 2027	AÑO 2028
Proyección Arrendamiento Operativo	\$ 10.800.000,00	\$ 11.016.000,00	\$ 11.038.032,00	\$ 11.060.108,06	\$ 11.082.228,28

Fuente. Elaboración propia

Gastos estimados de operación

Tabla 16

	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026	AÑO 2027	AÑO 2028
Proyección Costos de Nómina Operativa	\$ 47.687.484	\$48.641.234	\$ 49.614.058	\$ 50.606.340	\$51.618.466
Proyección anual de Servicios Públicos	\$19.110.000,00	\$19.492.200,00	\$19.882.044,00	\$20.279.684,88	\$20.685.278,58
Proyección Servicios Generales	\$7.800.000	\$7.956.000	\$8.115.120	\$8.277.422	\$8.442.971
Proyección anual de Costos de Nómina Administrativa	\$ 21.678.072,00	\$ 22.111.633,44	\$22.553.866,11	\$ 23.004.943,43	\$23.465.042,30
Proyección anual de Costos de Nómina de venta	\$ 21.011.712,00	\$ 21.431.946,24	\$ 21.860.585,16	\$ 22.297.796,87	\$ 22.743.752,81
Proyección Arrendamiento Operativo	\$ 10.800.000	\$ 11.016.000	\$ 11.038.032	\$ 11.060.108	\$ 11.082.228
Proyección de Insumos y Suministros	\$ 12.600.000	\$ 15.120.000	\$ 18.144.000	\$ 21.772.800	\$ 26.127.360
TOTAL	\$140.687.268	\$145.769.014	\$151.207.705	\$157.299.095	\$164.165.099

Fuente. Elaboración propia

Plan financiero

Tabla 17

Producto	Costo de materia prima	COSTO DE PRODUCCIÓN			Utilidad 20%	Total precio para la venta	1%	1%	1%
		Costo directo	Costo indirecto	Total Costo de producción			T. Venta+ incremento 1er cuatrimestre	Total venta + incremento 2do cuatrimestre	Total venta + incremento 3er cuatrimestre
Platillo 1	\$6.337	\$8.009	\$3.456	\$17.803	\$4.451	\$22.253	\$22.476	\$22.701	\$22.928
Platillo 2	\$8.414	\$8.009	\$3.456	\$19.880	\$4.970	\$24.850	\$25.098	\$25.349	\$25.603
Platillo 3	\$7.334	\$8.009	\$3.456	\$18.800	\$4.700	\$23.499	\$23.734	\$23.972	\$24.211
Platillo 4	\$9.193	\$8.009	\$3.456	\$20.659	\$5.165	\$25.823	\$26.082	\$26.343	\$26.606
Platillo 5	\$9.193	\$8.009	\$3.456	\$20.659	\$5.165	\$25.823	\$26.082	\$26.343	\$26.606
Platillo 6	\$8.586	\$8.009	\$3.456	\$20.051	\$5.013	\$25.064	\$25.315	\$25.568	\$25.824
Platillo 7	\$7.798	\$8.009	\$3.456	\$19.263	\$4.816	\$24.079	\$24.320	\$24.563	\$24.809
Platillo 8	\$6.921	\$8.009	\$3.456	\$18.386	\$4.597	\$22.983	\$23.212	\$23.445	\$23.679
Platillo 9	\$8.352	\$8.009	\$3.456	\$19.818	\$4.954	\$24.772	\$25.020	\$25.270	\$25.523
Platillo 10	\$6.016	\$8.009	\$3.456	\$17.481	\$4.370	\$21.852	\$22.070	\$22.291	\$22.514
Bebida 1	\$4.319	\$8.009	\$3.456	\$15.784	\$3.946	\$19.730	\$19.927	\$20.127	\$20.328
Bebida 2	\$3.371	\$8.009	\$3.456	\$14.836	\$3.709	\$18.545	\$18.730	\$18.918	\$19.107
Postre	\$3.734	\$8.009	\$3.456	\$15.200	\$3.800	\$19.000	\$19.190	\$19.382	\$19.575
TOTAL				\$238.619	\$59.655	\$298.274	\$301.256	\$304.269	\$307.312

Fuente. Elaboración propia.

Proyección de ventas

Tabla 18

Producto	Und ventas	Costos de materia prima	Costos directos	Costos indirectos	Total costos de producción
Proyección de crecimiento					
Margen de rentabilidad					
Platillo 1	40	\$ 253.497	\$ 320.380	\$ 138.235	\$ 712.112
Platillo 2	45	\$ 378.648	\$ 360.427	\$ 155.515	\$ 894.591
Platillo 3	45	\$ 330.036	\$ 360.427	\$ 155.515	\$ 845.978
Platillo 4	40	\$ 367.736	\$ 320.380	\$ 138.235	\$ 826.351
Platillo 5	45	\$ 413.703	\$ 360.427	\$ 155.515	\$ 929.645
Platillo 6	45	\$ 386.366	\$ 360.427	\$ 155.515	\$ 902.308
Platillo 7	30	\$ 233.936	\$ 240.285	\$ 103.676	\$ 577.898
Platillo 8	40	\$ 276.829	\$ 320.380	\$ 138.235	\$ 735.444
Platillo 9	55	\$ 459.374	\$ 440.522	\$ 190.074	\$ 1.089.970
Platillo 10	50	\$ 300.794	\$ 400.475	\$ 172.794	\$ 874.063
Bebida 1	130	\$ 561.419	\$ 1.041.234	\$ 449.265	\$ 2.051.918
Bebida 2	55	\$ 185.384	\$ 440.522	\$ 190.074	\$ 815.979
Postre	60	\$ 202.237	\$ 480.570	\$ 207.353	\$ 890.159
Total	680	\$ 4.349.957,88	\$ 5.446.457,00	\$ 2.350.000,00	\$ 12.146.414,88
Platillos vendidos por día	22,7	Materia Prima	Costos Directos	Costos Indirectos	Total costos de producción
COSTO ANUAL \$ COLOMBIANO		\$52.199.494,56	\$ 65.357.484	\$ 28.200.000	\$ 145.756.979

1ER CUATRIMESTRE					
Producto	Und ventas	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
Proyección de crecimiento					1%
Margen de rentabilidad					20%
Platillo 1	40	\$ 890.140	\$ 890.140	\$ 890.140	\$ 899.041
Platillo 2	45	\$ 1.118.238	\$ 1.118.238	\$ 1.118.238	\$ 1.129.421
Platillo 3	45	\$ 1.057.472	\$ 1.057.472	\$ 1.057.472	\$ 1.068.047
Platillo 4	40	\$ 1.032.939	\$ 1.032.939	\$ 1.032.939	\$ 1.043.268
Platillo 5	45	\$ 1.162.056	\$ 1.162.056	\$ 1.162.056	\$ 1.173.677
Platillo 6	45	\$ 1.127.885	\$ 1.127.885	\$ 1.127.885	\$ 1.139.163
Platillo 7	30	\$ 722.372	\$ 722.372	\$ 722.372	\$ 729.596
Platillo 8	40	\$ 919.305	\$ 919.305	\$ 919.305	\$ 928.498
Platillo 9	55	\$ 1.362.462	\$ 1.362.462	\$ 1.362.462	\$ 1.376.087
Platillo 10	50	\$ 1.092.579	\$ 1.092.579	\$ 1.092.579	\$ 1.103.504
Bebida 1	130	\$ 2.564.898	\$ 2.564.898	\$ 2.564.898	\$ 2.590.547
Bebida 2	55	\$ 1.019.974	\$ 1.019.974	\$ 1.019.974	\$ 1.030.174
Postre	60	\$ 1.139.977	\$ 1.139.977	\$ 1.139.977	\$ 1.151.377
Total	680	\$15.210.296,3	\$15.210.296,3	\$15.210.296,3	\$15.362.399,3
Platillos vendidos por día	22,7				



2DO CUATRIMESTRE					
Producto	Und vendidas	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
Proyección de crecimiento					1%
Margen de rentabilidad		20%	20%	20%	20%
Platillo 1	40	\$ 899.041	\$ 899.041	\$ 899.041	\$ 908.032
Platillo 2	45	\$ 1.129.421	\$ 1.129.421	\$ 1.129.421	\$ 1.140.715
Platillo 3	45	\$ 1.068.047	\$ 1.068.047	\$ 1.068.047	\$ 1.078.727
Platillo 4	40	\$ 1.043.268	\$ 1.043.268	\$ 1.043.268	\$ 1.053.701
Platillo 5	45	\$ 1.173.677	\$ 1.173.677	\$ 1.173.677	\$ 1.185.413
Platillo 6	45	\$ 1.139.163	\$ 1.139.163	\$ 1.139.163	\$ 1.150.555
Platillo 7	30	\$ 729.596	\$ 729.596	\$ 729.596	\$ 736.892
Platillo 8	40	\$ 928.498	\$ 928.498	\$ 928.498	\$ 937.783
Platillo 9	55	\$ 1.376.087	\$ 1.376.087	\$ 1.376.087	\$ 1.389.847
Platillo 10	50	\$ 1.103.504	\$ 1.103.504	\$ 1.103.504	\$ 1.114.539
Bebida 1	130	\$ 2.590.547	\$ 2.590.547	\$ 2.590.547	\$ 2.616.452
Bebida 2	55	\$ 1.030.174	\$ 1.030.174	\$ 1.030.174	\$ 1.040.476
Postre	60	\$ 1.151.377	\$ 1.151.377	\$ 1.151.377	\$ 1.162.890
Total mes	680	\$ 15.362.399	\$ 15.362.399	\$ 15.362.399	\$ 15.516.023
Platillos vendidos por día	22,7				

3ER CUATRIMESTRE					
Producto	Und vendidas	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Proyección de crecimiento					3%
Margen de rentabilidad		20%	20%	20%	20%
Platillo 1	40	\$ 908.032	\$ 908.032	\$ 908.032	\$ 917.112
Platillo 2	45	\$ 1.140.715	\$ 1.140.715	\$ 1.140.715	\$ 1.152.122
Platillo 3	45	\$ 1.078.727	\$ 1.078.727	\$ 1.078.727	\$ 1.089.515
Platillo 4	40	\$ 1.053.701	\$ 1.053.701	\$ 1.053.701	\$ 1.064.238
Platillo 5	45	\$ 1.185.413	\$ 1.185.413	\$ 1.185.413	\$ 1.197.267
Platillo 6	45	\$ 1.150.555	\$ 1.150.555	\$ 1.150.555	\$ 1.162.061
Platillo 7	30	\$ 736.892	\$ 736.892	\$ 736.892	\$ 744.261
Platillo 8	40	\$ 937.783	\$ 937.783	\$ 937.783	\$ 947.161
Platillo 9	55	\$ 1.389.847	\$ 1.389.847	\$ 1.389.847	\$ 1.403.746
Platillo 10	50	\$ 1.114.539	\$ 1.114.539	\$ 1.114.539	\$ 1.125.685
Bebida 1	130	\$ 2.616.452	\$ 2.616.452	\$ 2.616.452	\$ 2.642.617
Bebida 2	55	\$ 1.040.476	\$ 1.040.476	\$ 1.040.476	\$ 1.050.880
Postre	60	\$ 1.162.890	\$ 1.162.890	\$ 1.162.890	\$ 1.174.519
Total mes	680	\$ 15.516.023	\$ 15.516.023	\$ 15.516.023	\$ 15.671.183
Platillos vendidos por día	22,7				

PROYECCION ANUAL						
Producto	Und vendidas	TOTAL AÑO 2024	TOTAL AÑO 2025	TOTAL AÑO 2026	TOTAL AÑO 2027	TOTAL AÑO 2028
Proyección de crecimiento				3,00%	3,00%	3,00%
Margen de rentabilidad		20%				
Platillo 1	480	\$ 12.240.047	\$ 12.607.249	\$ 12.985.466	\$ 13.375.030	\$ 13.776.281
Platillo 2	540	\$ 15.376.558	\$ 15.837.855	\$ 16.312.991	\$ 16.802.380	\$ 17.306.452
Platillo 3	540	\$ 14.540.983	\$ 14.977.213	\$ 15.426.529	\$ 15.889.325	\$ 16.366.005
Platillo 4	480	\$ 14.203.631	\$ 14.629.740	\$ 15.068.632	\$ 15.520.691	\$ 15.986.312
Platillo 5	540	\$ 15.979.085	\$ 16.458.458	\$ 16.952.211	\$ 17.460.778	\$ 17.984.601
Platillo 6	540	\$ 15.509.205	\$ 15.974.481	\$ 16.453.715	\$ 16.947.327	\$ 17.455.746
Platillo 7	360	\$ 9.933.123	\$ 10.231.116	\$ 10.538.050	\$ 10.854.191	\$ 11.179.817
Platillo 8	480	\$ 12.641.093	\$ 13.020.326	\$ 13.410.936	\$ 13.813.264	\$ 14.227.662
Platillo 9	660	\$ 18.734.806	\$ 19.296.851	\$ 19.875.756	\$ 20.472.029	\$ 21.086.190
Platillo 10	600	\$ 15.023.720	\$ 15.474.432	\$ 15.938.665	\$ 16.416.825	\$ 16.909.330
Bebida 1	1.560	\$ 35.269.145	\$ 36.327.219	\$ 37.417.036	\$ 38.539.547	\$ 39.695.733
Bebida 2	660	\$ 14.025.359	\$ 14.446.120	\$ 14.879.504	\$ 15.325.889	\$ 15.785.666
Postre	720	\$ 15.631.835	\$ 16.100.790	\$ 16.583.814	\$ 17.081.328	\$ 17.593.768
Total anual	8.160	\$ 209.108.592	\$ 215.381.850	\$ 221.843.306	\$ 228.498.605	\$ 235.353.563
Platillos vendidos por mes	1.360					

Fuente. Elaboración propia.

Flujo de caja

Tabla 19

Concepto	0	2024	2025	2026	2027	2028
Ingresos		\$209.108.592	\$215.381.850	\$221.843.306	\$228.498.605	\$235.353.563
Costos directos		\$117.556.979	\$119.908.118	\$122.306.280	\$124.752.406	\$127.247.454
Costos indirectos		\$28.200.000	\$28.764.000	\$29.339.280	\$29.926.066	\$30.524.587
Gastos de adm y ventas		\$47.131.808	\$48.074.405	\$49.035.853	\$50.016.531	\$51.016.822
Intereses		\$1.875.000	\$1.582.774	\$1.254.019	\$884.170	\$468.090
Depreciación AF		\$2.745.600	\$2.745.600	\$2.745.600	\$2.745.600	\$2.745.600
Utilidades antes de impuestos		\$11.599.206	\$14.306.954	\$17.162.273	\$20.173.832	\$23.351.010
Ir 20%		\$2.319.841	\$2.861.391	\$3.432.455	\$4.034.766	\$4.670.202
ICA 0,2%		\$418.217	\$430.764	\$443.687	\$456.997	\$470.707
Utilidades después de impuestos		\$8.861.147	\$11.014.799	\$13.286.132	\$15.682.068	\$18.210.101
Depreciación AF		\$2.745.600	\$2.745.600	\$2.745.600	\$2.745.600	\$2.745.600
Valor de rescate		\$0	\$0	\$0	\$0	\$9.632.000
Rec. De capital de trabajo						
Préstamo	-\$15.000.000					
Abono a la deuda		\$2.337.811	\$2.630.037	\$2.958.792	\$3.328.640	\$3.744.721
Inversión	-\$8.360.000					
Flujo neto de efectivo	-\$23.360.000	\$9.268.937	\$11.130.362	\$13.072.940	\$15.099.028	\$26.842.980
Flujo neto acumulado		\$9.268.937	\$20.399.299	\$33.472.239	\$48.571.267	\$75.414.247

Fuente. Elaboración propia

ANÁLISIS VAN y TIR

Tabla 20

	INVERSION	AÑOS					VAN	TIR
		AÑOS 2023	AÑOS 2024	AÑOS 2025	AÑOS 2026	AÑOS 2027		
PROYECTO GOLD GREEN	-\$23.360.000	\$9.268.937	\$11.130.362	\$13.072.940	\$15.099.028	\$26.842.980	\$17.728.036	45,49%

Fuente. Elaboración propia

Tabla 21

	Mensual	2024	2025	2026	2027	2028
Costos directos						
Materia prima	\$4.349.958	\$52.199.495	\$53.243.484	\$54.308.354	\$55.394.521	\$56.502.412
Nomina operativa	\$3.973.957,00	\$47.687.484	\$48.641.234	\$49.614.058	\$50.606.340	\$51.618.466
Servicios	\$1.472.500,00	\$17.670.000	\$18.023.400	\$18.383.868	\$18.751.545	\$19.126.576
Total costos directos + MP	\$9.796.414,88	\$117.556.979	\$119.908.118	\$122.306.280	\$124.752.406	\$127.247.454
Total costos directos mensual	\$5.446.457,00					
Total costos directos día	\$181.548,57					
Platillos vendidos por día	22,66					
Promedio de costo por platillo	\$8.009,50					

Fuente. Elaboración propia

Tabla 22

Costos indirectos	MENSUAL	2024	2025	2026	2027	2028
Servicios generales	\$650.000,00	\$7.800.000,00	\$7.956.000,00	\$8.115.120,00	\$8.277.422,40	\$8.442.970,85
Material de Empaque productos	\$600.000,00	\$7.200.000,00	\$7.344.000,00	\$7.490.880,00	\$7.640.697,60	\$7.793.511,55
Materia de aseo y Cafetería	\$200.000,00	\$2.400.000,00	\$2.448.000,00	\$2.496.960,00	\$2.546.899,20	\$2.597.837,18
Arriendo	\$900.000,00	\$10.800.000,00	\$11.016.000,00	\$11.236.320,00	\$11.461.046,40	\$11.690.267,33
Total costos indirectos	\$2.350.000,00	\$28.200.000,00	\$28.764.000,00	\$29.339.280,00	\$29.926.065,60	\$30.524.586,91
Total costos indirectos día	\$78.333,33					
Platillos vendidos por día	22,66					
Promedio de costo por platillo	\$3.455,88					

Fuente. Elaboración propia

Tabla 23

Gastos adm	Mensual	2024	2025	2026	2027	2028
Nomina adm	\$1.806.506	\$21.678.072,00	\$22.111.633	\$22.553.866	\$23.004.943	\$23.465.042
Telefonía	\$120.000	\$1.440.000,00	\$1.468.800	\$1.498.176	\$1.528.140	\$1.558.702
Papelería	\$250.000	\$3.000.000,00	\$3.060.000	\$3.121.200	\$3.183.624	\$3.247.296
TOTAL	\$2.176.506	\$26.120.096,00	\$26.642.458,44	\$27.175.268,11	\$27.718.733,95	\$28.273.069,09

Gastos venta	Mensual	2024	2025	2026	2027	2028
Nomina venta	\$ 1.750.976	\$21.011.712,00	\$21.431.946,24	\$21.860.585,16	\$22.297.796,87	\$22.743.752,81

Fuente. Elaboración propia

Tabla 24

	Participación	Tasa	Aporte
BANCOLOMBIA	64,21%	12,50%	\$ 15.000.000
INVERSION	35,78%	0%	\$ 8.360.000
	100		\$ 23.360.000

Años	0	2024	2025	2026	2027	2028
Abono		\$2.337.810,59	\$2.630.036,91	\$2.958.791,52	\$3.328.640,46	\$3.744.720,52
Intereses		\$1.875.000,00	\$1.582.773,68	\$1.254.019,06	\$884.170,12	\$468.090,07
Cuota		\$4.212.810,59	\$4.212.810,59	\$4.212.810,59	\$4.212.810,59	\$4.212.810,59
Saldo insoluto	\$15.000.000,00	\$12.662.189,41	\$10.032.152,51	\$7.073.360,98	\$3.744.720,52	\$0,00

Fuente. Elaboración propia

Estado de resultado proyectado

Tabla 25

Ingresos	MENSUAL	2024	2025	2026	2027	2028
Ventas	\$ 17.425.716	\$ 209.108.592	\$ 215.381.850	\$ 221.843.306	\$ 228.498.605	\$ 235.353.563
(-) Costos directos	\$ 9.796.415	\$ 117.556.979	\$ 119.908.118	\$ 122.306.280	\$ 124.752.406	\$ 127.247.454
(-) Costos indirectos	\$ 2.350.000	\$ 28.200.000	\$ 28.764.000	\$ 29.339.280	\$ 29.926.066	\$ 30.524.587
Utilidad Bruta	\$ 5.279.301	\$ 63.351.614	\$ 66.709.732	\$ 70.197.745	\$ 73.820.133	\$ 77.581.522
(-) Gastos Operacionales Admón.	\$ 2.176.675	\$ 26.120.096	\$ 26.642.458	\$ 27.175.268	\$ 27.718.734	\$ 28.273.069
(-) Gastos Operacionales Ventas	\$ 1.750.976	\$ 21.011.712	\$ 21.431.946	\$ 21.860.585	\$ 22.297.797	\$ 22.743.753
(-) Gasto Financiero	\$ 156.250	\$ 1.875.000	\$ 1.582.774	\$ 1.254.019	\$ 884.170	\$ 468.090
(-) Depreciaciones	\$ 228.800	\$ 2.745.600	\$ 2.745.600	\$ 2.745.600	\$ 2.745.600	\$ 2.745.600
Utilidad Operacional	\$ 966.600	\$ 11.599.206	\$ 14.306.954	\$ 17.162.273	\$ 20.173.832	\$ 23.351.010
Utilidad Antes de Impuesto	\$ 966.600	\$ 11.599.206	\$ 14.306.954	\$ 17.162.273	\$ 20.173.832	\$ 23.351.010
(-) Impuesto de Renta (20%)	\$ 193.320	\$ 2.319.841	\$ 2.861.391	\$ 3.432.455	\$ 4.034.766	\$ 4.670.202
(-) Impuesto de ICA (0,5%)	\$ 34.851	\$ 418.217	\$ 430.764	\$ 443.687	\$ 456.997	\$ 470.707
Utilidad Neta antes de Reserva	\$ 738.429	\$ 8.861.147	\$ 11.014.799	\$ 13.286.132	\$ 15.682.068	\$ 18.210.101
(-) Reserva Legal (10%)	\$ 73.843	\$ 886.115	\$ 1.101.480	\$ 1.328.613	\$ 1.568.207	\$ 1.821.010
Utilidad Neta	\$ 664.586	\$ 7.975.033	\$ 9.913.319	\$ 11.957.518	\$ 14.113.862	\$ 16.389.091

Fuente. Elaboración propia

Conclusiones y logros

A través de las distintas estrategias de análisis y recolección de información podemos concluir que:

De acuerdo con el primer objetivo, establecer una marca distintiva permitió definir una identidad sólida del negocio para la atracción de clientes interesados en opciones saludables y creativas.

En cuanto a la ejecución del estudio de mercado, establecido en el segundo objetivo, de logro identificar a los tres competidores, lo cual es esencial para el negocio, ya que le permite diferenciarse, reinventarse y encontrar oportunidades en el mercado. Asimismo, los resultados del análisis de aceptación del producto arrojaron que el segmento del mercado son hombres y mujeres jóvenes a partir de los 18 y más de 40 años de edad, con un gusto especial por la comida saludable, un buen estado de salud y fanática del aguacate.

Finalmente, en el tercer objetivo, se elaboró un plan operativo, en el cual se establecieron los diferentes procesos para llevar a cabo la producción de todos los platillos que se harán en base de aguacate. Así mismo se concluyó que la empresa se ubicará en el centro histórico de la ciudad de santa marta, se desarrolló una proyección estimada de la capacidad de producción, maquinaria y mano de obra viable para llevar a cabo el proyecto, plasmando así un plan financiero especificando cada punto a tener en cuenta para la creación del negocio y así mismo comprender la factibilidad que lleva su creación.

En conclusión, el diseño del plan de negocio para la creación de un restaurante de comida saludable con base de aguacate es viable y tiene factibilidad técnica

Bibliografía citada

N,N. (3 de septiembre de 2023). *Los beneficios que tiene el consumo de aguacate para combatir la diabetes y evitar la resistencia a la insulina*. El País.

<https://www.elpais.com.co/amp/salud/los-beneficios-que-tiene-el-consumo-de-aguacate-para-combatir-la-diabetes-y-evitar-la-resistencia-a-la-insulina-2642.html>

Organización Mundial de la Salud (OMS). (2019). *Alimentación saludable*. Recuperado de: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet>

(Agamez, 2020). *Creación de un restaurante de comidas saludables en el municipio de Sahagún*. 1-111. <https://repositorio.unicordoba.edu.co/server/api/core/bitstreams/1bb4af3d-506a-4f6c-8064-f08259e2291d/content>

(Duque, 2019). *Modelo de negocios para la creación de un restaurante especializado en comida saludable, en Cartago, Valle del Cauca*. 1-119. https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/13379/Daniela_DuqueCardona_2018.pdf?sequence=5

(Otalora, 2020). *Restaurante saludable*. 1-85. <https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/fa6b38c1-4237-43f2-9cc8-6cee0987ddc6/content>

Guzmán, J. Vera, A. Malambo, D. Rodríguez, C. (2018). *Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comidas rápidas saludables en la ciudad de Bogotá*. 1-40. <https://repository.ucatolica.edu.co/server/api/core/bitstreams/15cba865-6531-4ad2-96f3-13606efe64a0/content>

Uscategui, C. Villa, G. (2016). *Creación de un restaurante de hamburguesas saludables en la ciudad de Bogotá*. 1-228.

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/20514/VillaPenaGloriaMaria2016.pdf?sequence=1>

Pulido, Y. G. M., & Hernández, E. (2019). El Consumo de aguacate y sus beneficios para la salud: Una revisión general. *Milenaria, Ciencia y arte*, (14), 17-19.

<https://www.milenaria.umich.mx/ojs/index.php/milenaria/article/view/40>

Vitalia salud

<https://vitaliasalud.com/la-comida-chatarra-que-son-y-como-afecta-tu-salud/#:~:text=Como%20te%20lo%20comentamos%20al,y%20enfermedades%20cardiovascular%20al%20consumirlas>

Castro Torres, D. A., & Díaz Solís, A. P. (2018). *Consecuencias del consumo de Comida Chatarra en etapa Escolar (Bachelor's thesis)*.

<https://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/3991>

http://repositorio.uan.edu.co/bitstream/123456789/7734/1/2022_BrayanGarciaJesusMedrano.pdf

cita de palomino 2020

<http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2018/173994.pdf>