

NOMBRE DEL TRABAJO

**PROYECTO DE GRADO - DELIFITNESS (1)
.docx**

AUTOR

Delifitness

RECUENTO DE PALABRAS

4803 Words

RECUENTO DE CARACTERES

26236 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

58 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

3.3MB

FECHA DE ENTREGA

Nov 15, 2022 9:21 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Nov 15, 2022 9:22 AM GMT-5**● 0% de similitud general**

Esta entrega no coincidió con ningún contenido comparado.

● Excluir del Reporte de Similitud

- Base de datos de Internet
- Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- Base de datos de trabajos entregados



**ANALISIS DE VIABILIDAD ECONÓMICA Y OPERATIVA DE LA
IMPLEMENTACION DE LA CAFETERIA DELIFITNESS EN SANTA MARTA PARA
EL AÑO 2024**

Nombres y apellidos completos del autor o autores

20211825191 - YULY MARCELA ALTAMAR FIGUEROA

20211728158 - LEONOR DE LOS MILAGROS LÓPEZ TARAZONA

Universidad Antonio Nariño

Programa de Contaduría Pública

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Santa Marta (Magdalena), Colombia

2022



**ANÁLISIS DE VIABILIDAD ECONÓMICA Y OPERATIVA DE LA
IMPLEMENTACION DE LA CAFETERIA DELIFITNESS EN SANTA MARTA PARA
EL AÑO 2024**

YULY MARCELA ALTAMAR FIGUEROA

LEONOR DE LOS MILAGROS LÓPEZ TARAZONA

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

CONTADOR PÚBLICO

Director (a): **CONTADOR**

nombre del director(a): Eduardo Ripoll

Línea de Investigación:

Sector Financiero y económico.

Universidad Antonio Nariño

Programa de Contaduría Pública

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Santa Marta (Magdalena), Colombia

2022



NOTA DE ACEPTACIÓN

El trabajo de grado titulado

Cumple con los requisitos para optar

Al título de _____

Firma del Tutor

Firma Jurado

Firma Jurado



Contenido

AGRADECIMIENTOS.....	7
RESUMEN EJECUTIVO DE LA PROPUESTA	8
PALABRAS CLAVES	9
EXECUTIVE SUMMARY OF THE PROPOSAL.....	10
ABSTRACT KEY WORDS.....	11
INTRODUCCIÓN	12
JUSTIFICACIÓN.....	13
ANTECEDENTES.....	19
OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS	21
OBJETIVO GENERAL	21
OBJETIVO ESPECÍFICOS	21
DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	22
ORGANIGRAMA	24
INFRAESTRUCTURA.....	25
Equipos necesarios	25
En Preparaciones:	25



En Servicio:	26
Barra y mostrador:	26
Propuesta de Innovación	27
PLAN DE OPERACIÓN	28
Cuidado ambiental de la cafetería	33
Sistemas de calidad que serán implementados	33
Calidad	34
Controles de Delifitness	34
FLUJOGRAMA DE SERVICIO	35
PLAN FINANCIERO	36
Estado de Situación Financiera inicial	36
Estado de resultados proyectado	37
Flujo de Caja proyectado	39
ANÁLISIS DEL MERCADO Y LA COMPETENCIA	41
PLAN DE VENTAS Y MARKETING	41
ANALISIS DE COMPETENCIAS	42
ENCUESTA.....	42



UBICACIÓN.....	49
Estrategia de ventas y marketing.	52
Nuestros productos establecidos.....	52
Servicios ofrecidos.....	53
Comunicación con nuestros clientes	53
Promociones para nuestros clientes	53
Precios establecidos.....	53
CONCLUSIONES Y LOGROS.....	57
BIBLIOGRAFÍA CITADA	58
ANEXOS.....	58



AGRADECIMIENTOS

Primeramente, agradecer a Dios por permitirnos llegar hasta dónde estamos y por guiarnos en cada paso de nuestras vidas, un paso sin Dios es un paso en falso.

Agradecidas con nuestras familias quienes son nuestro pilar y quienes fueron un apoyo primordial para el día a día de estos años de preparación para culminar nuestra hermosa carrera de Contaduría Pública.

Un día iniciamos esta gran experiencia sin saber a qué nos podíamos enfrentar y aunque a lo largo del camino estuvo llena de obstáculos, algunos días de risas, otros de enojo, alguno de miedo y muchas aventuras, días difíciles, atravesamos una pandemia donde estábamos llenas de miedo sin saber que podría suceder en el futuro, pero gracias a Dios superamos cada una de esas circunstancias y hoy estamos aquí dando un gran paso a nuestro peldaño de metas establecidas. Y no podría faltar nuestro gran agradecimiento a cada uno de los maestros que a lo largo de esta hermosa carrera nos compartieron sus conocimientos y formaron en nosotras unas grandes contadoras, llenas de conocimiento, valores éticos y profesionalismo total.

Gracias por la paciencia, gracias por las lecciones y mil gracias por el cariño familia UAN.

“Nunca consideres el estudio como una obligación, sino como una oportunidad para penetrar en el bello y maravilloso mundo del saber.”

Albert Einstein

RESUMEN EJECUTIVO DE LA PROPUESTA

DELIFITNESS - Cafetería fitness en la ciudad de Santa Marta.



Delifitness será una gran empresa dedicada a la satisfacción de nuestros clientes en su vida saludable, no solamente estamos hablando de personas dedicadas al gimnasio, sino también a personas con problemas de salud y que deben llevar una alimentación balanceada por su bienestar, básicamente estaremos dirigidos a todo tipo de clientes que deseen tener una vida saludable en general.

Es una cafetería con características diferentes y especiales para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y cuidar siempre de ellos.

Un lugar donde comer saludable siempre permitirá obtener beneficios como:

- ❖ Mantenerse fuerte.
- ❖ Protege el sistema inmunitario.
- ❖ Mantiene un piel sana y saludable.
- ❖ Previene la osteoporosis.
- ❖ Protege de manera importante el corazón.
- ❖ Ayuda a provenir problemas oculares.



- ❖ Mantiene un estado físico importante
- ❖ Entre otros muchos beneficios más.

Contaremos con puntos estratégicos y locaciones que con solo pisarlos podrás sentir tranquilidad, se podrá disfrutar de un tiempo de calidad al lado de familiares o amigos, donde tendremos el gusto de atenderlos con nuestros colaboradores con excelente calidad humana y atención al público.

Pensar en grande lograra hacer que sucedan cosas gigantes.

PALABRAS CLAVES: Negocio, Salud, Alimentación, Finanzas, Costos, Inversión y beneficios importantes.

«No estudies para ganar dinero, estudia para aprender.

Lo que aprendas hoy es lo que serás mañana».

Bill Gates.

EXECUTIVE SUMMARY OF THE PROPOSAL

DELIFITNESS - Fitness cafeteria in the city of Santa Marta.



Delifitness will be a great company dedicated to the satisfaction of our clients in their healthy life, we are not only talking about people dedicated to the gym, but also people with health problems and who must eat a balanced diet for their well-being, basically we will be aimed at all kinds of customers who want to have a healthy life in general.

It is a cafeteria with different and special characteristics to satisfy the needs of our users and take care of their health.

A place where you can eat healthy will always allow you to obtain benefits such as:

- Stay strong.
- Protects the immune system.
- Maintain healthy skin.
- Prevents osteoporosis.
- Importantly protects the heart.
- Helps to test eye problems.
- Maintains good physical condition
- Among many other benefits.



We will have strategic points and locations that just by stepping on them you will feel calm, you will be able to enjoy quality time next to family or friends, where we will have the pleasure of serving you with our collaborators with excellent human quality and attention to the public.

Thinking big will make giant things happen.

ABSTRACT KEY WORDS: Business, Health, Food, Finance, Costs, Investment and important benefits.



INTRODUCCIÓN

Con la creación de este plan de negocio el cual busca ayudar a las personas en el cuidado de su hábito alimenticio, y a su vez también desde el punto financiero, la cafetería fitness será algo diferente en la ciudad, si bien es cierto que encontraras sitios que les suministran alimentos para su cuidado, no se encuentra en la ciudad de Santa Marta un lugar con estas características que donde además de cuidar la salud se pueda compartir con otras personas mientras se alimentan de la mejor manera.

Con este plan de negocio se verán los beneficios que se tendrían aplicando los conocimientos contables, el cual nos ayuda a determinar los costos e ingresos, un presupuesto planteado para ejecución del mismo y la utilidad que se desea tener.

Realizando un estudio financiero podemos tener resultados que nos permitirán tomar decisiones a corto, mediano y largo plazo.



JUSTIFICACIÓN

Delifitness nace de la idea de querer ofrecer a las personas en general productos que cuiden su salud y su estado físico, así como la implementación de algo innovador, comer saludable no es un hábito muy común en las personas, lo cual no hizo pensar en querer ofrecer este maravilloso servicio a nuestros clientes, normalmente nos encontramos rodeados de comidas dañinas, llenas de azúcar, de químicos y muchas otras cosas más, esto lo que hace es que tengamos una mala alimentación y nuestro cuerpo y salud son las que asumen las consecuencias.

Se comenzó por idear el plan de negocio, seguido de un presupuesto para poder implementarlo, se comenzaron a realizar diferentes investigaciones del mercado encontrando algunas referencias que nos impulsaron a tener un base de los implementos necesarios para la prestación del servicio a prestar.

Se pretende concientizar a las personas del buen hábito de los alimentos saludables que contribuyen a su salud.

“La obesidad, una enfermedad de peso que afecta a los colombianos, en Colombia, el 56% de la población entre los 18 y 64 años está en condición de sobrepeso u obesidad” “El 4 de marzo se conmemora en todo el mundo el Día Mundial de la Obesidad, una iniciativa para concientizar a las personas de los riesgos que pueden padecer por no mantener un estilo de vida saludable. Y es que una dieta alta en grasas y azúcares es la más común en el mundo entero y sus consecuencias, además de la obesidad, son terribles en la salud de niños, jóvenes y adultos.”

(Erika Villanueva - RCN Radio – 03-marzo-2022)



Además, es importante señalar que todos los 4 de marzo de cada año se celebra el día mundial de la Obesidad. Tal como se halla en la siguiente cita: - El Día Mundial de la Obesidad hace un llamado a la acción a nivel local, nacional y global para abordar las crecientes tasas de obesidad, reducir el estigma que enfrentan las personas que viven con obesidad y mejorar los sistemas que contribuyen a la obesidad en todo el mundo” comenta la Fundación mundial de la Obesidad.

Estas son situaciones importantes que nos incentivaron aún más en continuar con este proyecto, no podremos cambiar el mundo totalmente, pero con un granito de arena podremos ayudar un poco al que nos rodea.

Este tema se incentivó un poco más con el tema de la pandemia, el Covid-19 nos llevó a que esto aumentara mucho más, debido al exceso de comidas por la cuarentena y el consumo de alimentos altos en azúcares y otros elementos dañinos para la salud.

“Es una iniciativa del Ministerio de Salud y Protección Social en coordinación con el Programa Mundial de Alimentos de las Naciones Unidas. Aquí encontrarás documentos, videos y juegos de lactancia materna, agua saludable, actividad física y alimentación saludable, que te ayudarán a entender mejor los hábitos de vida saludable, como ponerlos en práctica y resolver dudas. Este lugar está diseñado para que cualquier persona, sin importar su edad, interactúe con toda la información que se encuentra aquí reunida. Mamás, papás, niños, adultos, adultos mayores, todos pueden participar de este sitio, aprender, divertirse y mejorar su calidad de vida.”
(Ministerios de salud)



“La pandemia ha contribuido al sedentarismo y a malos hábitos alimenticios, lo que pronostica que, si no se aceleran los planes de prevención y atención, así como el autocuidado, más de la mitad de la población en el país seguirá aumentando peso; Tanto el sobrepeso como la obesidad son responsables de otras enfermedades crónicas como la hipertensión arterial, diabetes, cáncer, derrame cerebral e infartos.” (Revista Semana agosto 2022)

Con base a todas esas informaciones, se procede a realizar presupuesto necesario, control de inventario sobre los implementos necesarios, así como la implementación de un inventario El PEPS esto con el fin de que las mercancías que inicialmente sean adquiridas son las que primero serán utilizadas para la preparación de los alimentos de la cafetería fitness, es decir se seguirá un orden cronológico que permitirá llevar un registro de los productos comprados, utilizados y en existencia.

Se llevará control y auditoría sobre los lineamientos contables y el buen proceder de las finanzas.

Investigando las estadísticas que nos ofrece el ministerio de salud, tomando los datos de la ciudad de Santa Marta, tenemos la siguiente información:

Tabla 40. Comorbilidades COVID – 19 - 2020

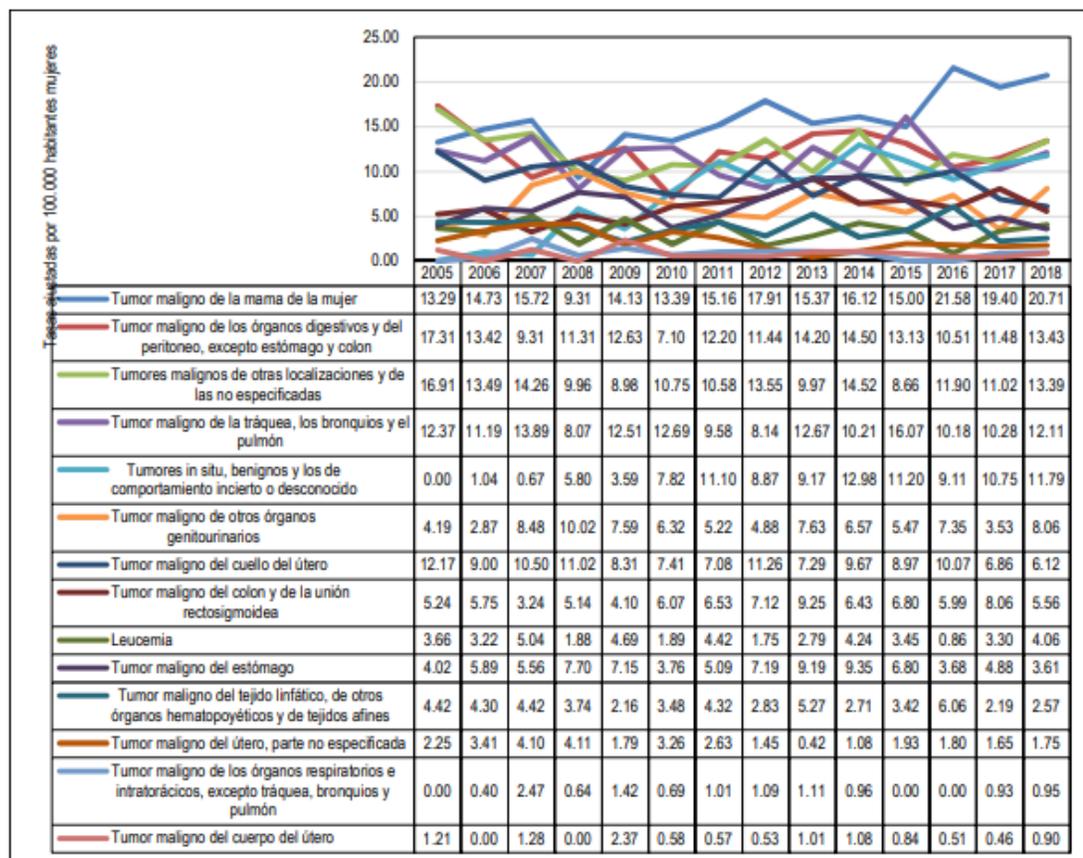
Tipo de Comorbilidad	Total Comorbilidad Santa Marta		Tipo de Comorbilidad	Total Comorbilidad Colombia		Concentración Santa Marta
	2020	Proporción		2020	Proporción	2020
Artritis	1	0,10	Artritis	227	0,29	0,00
Asma	11	1,09	Asma	1.077	1,39	0,01
Cáncer	6	0,59	Cáncer	891	1,15	0,01
Comorbilidades (al menos una)	241	23,79	Comorbilidades (al menos una)	18.746	24,25	0,01
Diabetes	88	8,69	Diabetes	6.124	7,92	0,01
Enfermedades Huérfanas		0,00	Enfermedades Huérfanas	99	0,13	0,00
EPOC	46	4,54	EPOC	4.953	6,41	0,01
ERC	85	8,39	ERC	5.323	6,89	0,02
Hipertensión	182	17,97	Hipertensión	13.576	17,56	0,01
Sobrepeso y Obesidad	83	8,19	Sobrepeso y Obesidad	4.711	6,09	0,02
Terapia Reemplazo Renal	22	2,17	Terapia Reemplazo Renal	893	1,16	0,02

“Al analizar las comorbilidades, se observa en tercer lugar tenemos la hipertensión con el 17,97%, situación similar se presenta en País.”

“Con relación al cáncer tenemos el 0.59%, en lo cual los hombres el tipo de cáncer que genera más defunciones es el tumor maligno de próstata, con una tasa de 24,05 x 100.000 que revela un incremento de 2 puntos más relacionado con el año 2005 y de 0,25 en la tasa con respecto al año anterior (2017).”

“En mujeres el tipo de cáncer que genera más defunciones es el tumor maligno de la mama, con una tasa de 20,71 x 100.000 mujeres que revela un incremento de siete puntos más relacionado con el año 2005 y de un punto menos relacionado con el año anterior.”

Figura 39. Tasa de mortalidad ajustada por edad para neoplasias en mujeres del Distrito, 2005 – 2018



“Dentro del subgrupo de las enfermedades del sistema circulatorio, la tasa más alta la aportan las enfermedades isquémicas del corazón, con 91,22 x 100.000 habitantes en 2005, mostrando tendencia creciente hasta 2015 cuya tasa fue de 103,42 x 100.000 habitantes para luego descender nuevamente hasta el año 2017 con una tasa de 89,7 x 100.000 habitantes que significó una diferencia absoluta de tasas de 14 puntos x 100.000 menos; para el 2018 hubo un incremento de 13 puntos con relación al 2017. Continúan las enfermedades cerebrovasculares en orden de importancia con una tasa de 45,60 x 100.000 habitantes para el 2018; sosteniendo el



mismo valor observado en los dos últimos años con una tendencia ligeramente decreciente en la serie de años analizada”

Este gran proyecto es de mucha importancia debido a que ayuda a la alimentación de las personas, con el fin de crear una mejor y nueva alternativa de alimentación, en la cual puedan cuidar su salud y bienestar. El proyecto aporta gran variedad de productos saludables con el fin poder brindar una alternativa importante que contribuya a una buena y saludable alimentación con el fin de evitar enfermedades futuras.

A raíz de la mala alimentación en nuestro país, se ve una gran tendencia a la obesidad, y con esto pretendemos contribuir a evitarla, incentivando a las personas a acudir a esta nueva y saludable alternativa de alimentación para todas las edades, un cuidado que es muy importante.



ANTECEDENTES

Con el transcurso del tiempo los hábitos alimenticios del hombre han ido cambiado, y estos se enfocan cada vez en lo natural, lo que conlleva a consecuencias extraordinarias en la salud del ser humano, ya que se cuenta con una alimentación adecuada. En la búsqueda de implementar una mejor alimentación han surgido distintas prácticas para procurar satisfacer la necesidad de comer saludablemente.

Las dietas fitness constituyen uno de los temas más discutidos y cuestionados en el mundo de hoy, pues algunos afirman que las prácticas en las cuales los vegetales son los participantes principales, no solo previenen enfermedades, sino que son capaces de revertir algunas, por ello algunos de los seres humanos en la búsqueda personal de tranquilidad y de hábitos de vida saludables, ha convertido la alimentación vegetariana en una de sus principales prácticas. Algunos apelan a la protección de los animales, al rechazo a cualquier forma de daño ecológico o simplemente al deseo de implementar acciones que promuevan un ritmo de vida pleno y agradable.

Para conocer un poco la historia y el origen del término, se deben remontamos en la época en que el fitness comienza a surgir. Según (Reverter & Barbany, 2007), en los años 80 cuando todas las gimnasias alternativas a las tradicionales incluyen la disciplina aeróbic, surgen prácticas derivadas de este que retroalimentan el fitness y se hacen cada vez más populares a base de mezclar música, coreografías y movimientos corporales, incorporando en estas, prácticas de fitness grupal.



Según el autor citado a través de los años los niveles de consumo de productos dietéticos en el mundo son muy poco ya que no se tiene una cultura clara de la importancia de dicho consumo, aunque no se puede desconocer que se tiene la tradición del consumo de las hierbas medicinales, espacialmente como infusiones para aliviar malestares de salud. El consumo de estas hierbas se ha concentrado en las zonas urbanas de los países.

De otra parte, es necesario decir que antes de hablar del estilo de vida fitness y sus orígenes, es primordial saber el significado de la palabra fitness, entendiendo así que fitness según (Tamayo, 2008) “significa aptitud o mejoramiento de la condición física general o forma física.”

Es de allí de donde surgen las razones y la necesidad de hablar de esta palabra, ya que a raíz de ella nacen distintos tipos de disciplinas que abarcan diferentes aspectos como lo son el entrenamiento físico, la nutrición sana y una forma específica de pensar sobre el cuerpo humano, teniendo siempre el objetivo de lograr un funcionamiento óptimo de todos los sistemas fisiológicos del organismo, principalmente de los sistemas cardiovascular, respiratorio, nerviosos y musculoesquelético (Tamayo, 2008).

OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS

OBJETIVO GENERAL

Determinar la viabilidad económica y operativa de la implementación de la cafetería Delifitness en Santa Marta para el año 2024



OBJETIVO ESPECÍFICOS

- ✓ Hacer un análisis financiero y administrativo para el montaje e implementación.
- ✓ Realizar un análisis y estudio de mercado que nos permita identificar el mercado al que nos vamos a enfrentar y las estrategias para la atracción de los clientes.
- ✓ Determinar las ventajas y beneficios en la creación de la cafetería DELIFITNESS En la ciudad de Santa Marta para el año 2024



DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Delifitness es un proyecto con el que se pretende concientizar a las personas sobre la importancia de la alimentación saludable no solo por estado físico, sino principalmente por salud.

Se estará prestando los servicios a todo tipo de clientes, pero en especial a las personas que deseen obtener una buena alimentación a la hora de una salida en plan de amigos o familiar.

Se proyecta como una empresa innovadora en el sector, con una gran rentabilidad lo cual nos permitirá expandirnos no solo en la ciudad de Santa Marta sino a otras ciudades del caribe e incluso por fuera de este.

Delifitness se encontraría ubicada principalmente en la ciudad de Santa Marta, más específicamente en el Centro Comercial Buenavista, esto es un buen punto ya que su alto reconocimiento representa una amplia variedad y circulación de persona de todo tipo y edad. Es allí donde se crea la necesidad de que todos tengan una amplia variedad de opciones al momento de alimentarse de manera saludable.

Al notar la inexistencia de una cafetería de este tipo en la ciudad de Santa Marta en la cual se ofrezcan una línea de alimentos saludables la cual nos permita una dieta balanceada, agradable y el cuidado de la salud, surgió la idea y oportunidad de negocio que se presenta ante ustedes. En el estudio de mercado se pudo apreciar que ninguna cafetería ofrece esta línea de alimentos totalmente saludables, ya que la mayoría de los productos no hacen parte de una dieta saludable.



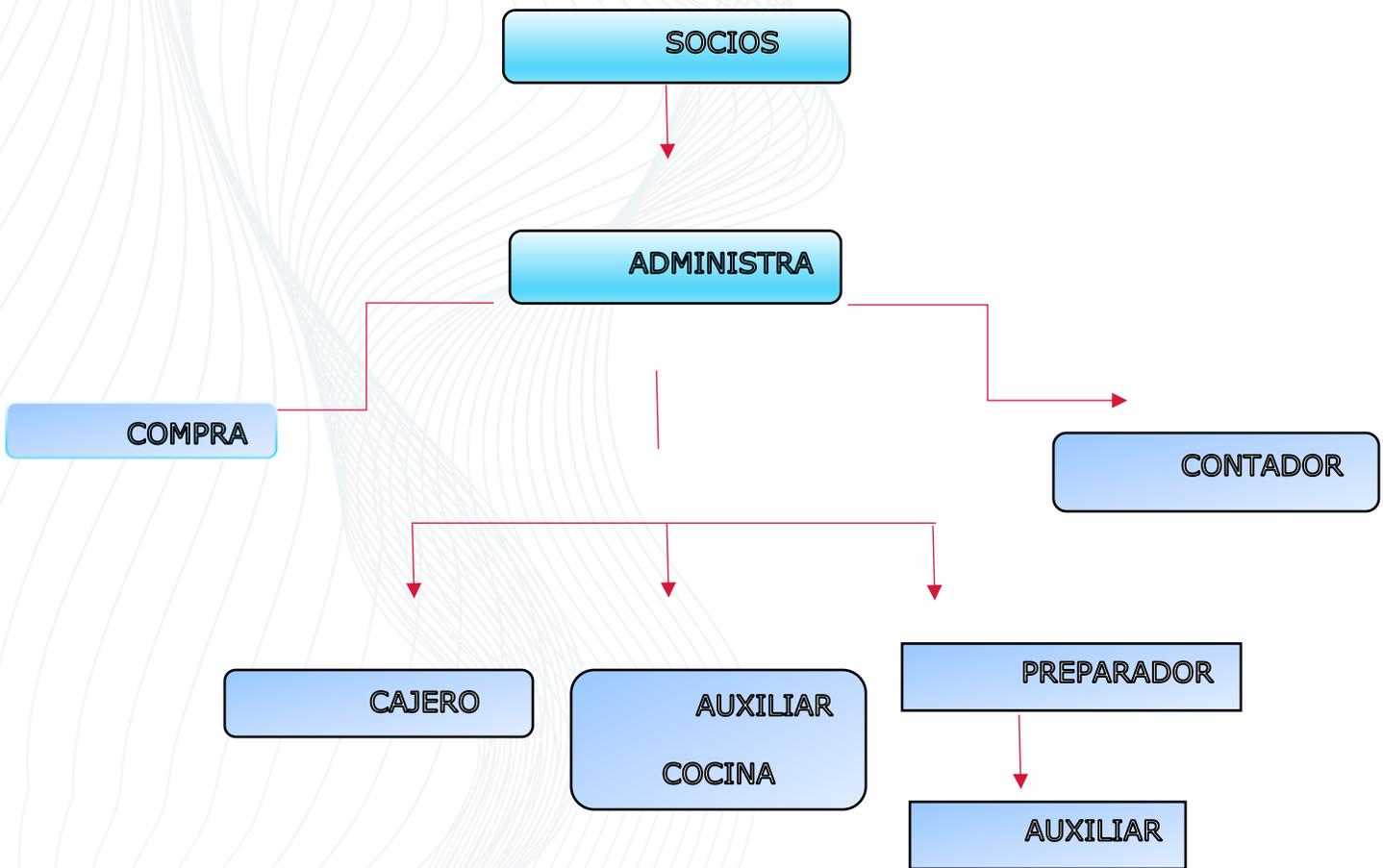
Se ofrecen variedad en los productos, los cuales sean siempre sanos y muy saludables que ayuden a una alimentación balanceada para mejorar la salud de nuestros clientes, que dichos alimentos sean siempre frescos, con un sabor exquisito y único, siempre manejando nuestra línea de ingredientes de la mejor calidad para todos nuestros productos a ofrecer.

En bebidas se ofrecerán jugos 100% naturales, cafés especiales, bebidas para el cuidado de la salud, con ingredientes siempre saludables para el cuidado del organismo.

Cuidar de nuestros clientes es de suma importancia para Delifitness.

ORGANIGRAMA

Se contará con un organigrama jerárquico.





INFRAESTRUCTURA

Equipos necesarios en Preparaciones:

- Platos (de diferentes tamaños y usos: para sopa, ensalada, postre, entre otros)
- Mesa de preparación o de trabajo
- Licuadora
- Lavavajillas
- Ollas
- Cazuelas
- Cucharones
- Cucharas de acero
- Canastas para servir
- Bandejas antideslizantes
- Tablas de cortar
- Dispensador de salsas
- Espátulas
- Horno eléctrico
- Waflera
- Batidora
- Refrigerador

**En Servicio:**

- Cubiertos (cucharas, tenedores y cuchillos)
- Saleros, pimenteros, azucareros
- Barras
- Mesas
- Sillas
- Menús
- Neveras de refrigeración especial
- Talonario de comandas para tomar nota de los pedidos
- Diseño interior, ambientación e hilo musical
- Mobiliario
- Equipamiento informático (Computador, Caja registradora y Datafono)

Barra y mostrador:

- Vasos (para agua o refresco)
- Nevera pequeña
- Tazas
- Vitrinas
- Muebles (mostradores)
- Tostadora
- Cafetera o maquina expreso



- Microondas
- Batidoras y licuadoras

Propuesta de Innovación

Delifitness se diferencia de otras cafeterías, no solo por los productos que ofrece, sino también por el ambiente que ofrecerá a sus clientes.

Será una cafetería dedicada al cuidado del físico y la salud de nuestros clientes los cuales serán siempre muy importantes, brindándoles siempre lo mejor del equipo de trabajo, un ambiente agradable dónde se podrá disfrutar no solo del cuidado a la hora de alimentarse, sino también de charlas y momentos únicos al lado de familiares y amigos.

PLAN DE OPERACIÓN

Se contará con preparaciones de alta calidad, pero también con distribuidores de productos que se venderán en la cafetería.

Algunos de nuestros productos para ofrecer son:



Pancakes (fresas, arándanos frescos)



Tostadas con fresas y miel



Croissants Almendras



Croissants integrales con frutas



Granola con yogurt



Bolw de moras con chía, banano y granola



Ensaladas de Frutas 100% frescas



Granola, frutos rojos, yogurt griego, endulzado con miel de abeja.



Sándwich (Pan fresco, jamón, pechuga de pollo, tocineta, queso holandés, tomate)



Sándwich (Pan de centeno, pavo, salsa de arándanos)

BEBIDAS FRÍAS Y CALIENTES

- Naranja
- Mandarina
- Maracuyá
- Lulo
- Fresa
- Mango
- Frutos rojos
- Guanábana
- Limonadas naturales
- Limonadas con hierbabuena
- Té
- Café caramel caliente
- Café americano

- Café expreso
- Capuchino con leche de almendras especial
- Capuchino con leche deslactosada
- Chocolate con leche de almendras
- Batidos





Cuidado ambiental de la cafetería

Se contará con canecas de basura para la clasificación de residuos generados, así como la implementación de material ecológico y/o biodegradable.

Sistemas de calidad que serán implementados

- Higiene de todo el personal perteneciente a nuestra cafetería.
- Buena presentación personal y uniformes distintivos de nuestro lugar.
- Estricto control de limpieza de nuestro sitio.



Calidad

Se tendrá en cuestión de calidad las siguientes certificaciones

ISO 9001

La gestión de control de calidad la cual condiciona los procesos todas y cada una las áreas que se tendremos, con el objetivo principal de obtener siempre una mejora continua en nuestro negocio.

ISO 22000

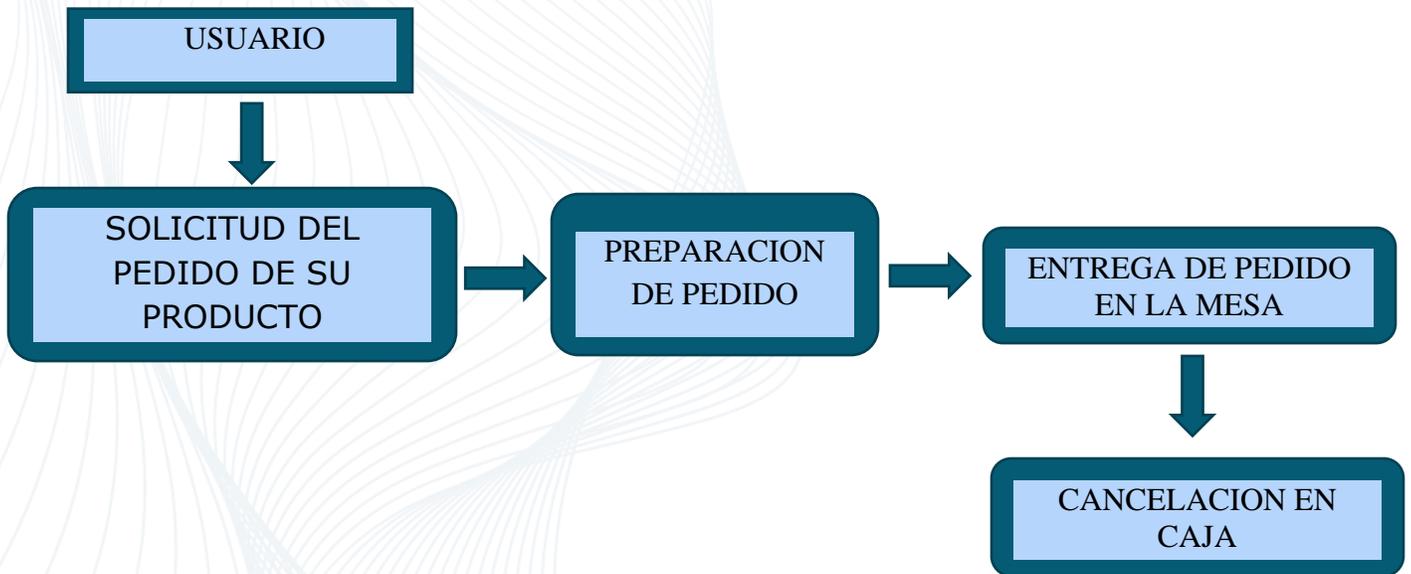
Sistema de gestión de seguridad alimentaria, con la cual buscaremos asegurar la manipulación y preparación de los alimentos en nuestras instalaciones, para brindar siempre lo mejor a nuestros clientes.

Controles de Delifitness

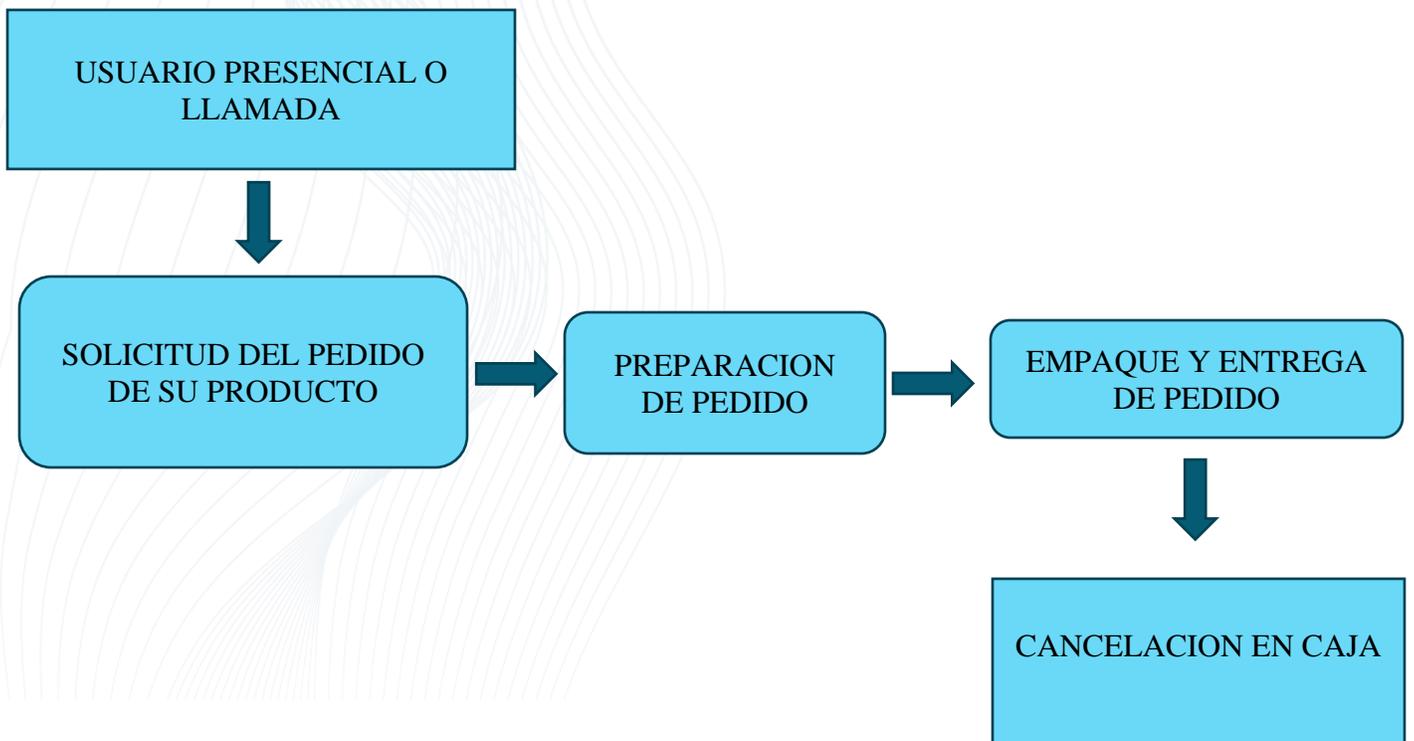
Se contará con procesos de auditorías tanto internas como externas para llevar a cabo un buen funcionamiento y brindar así también confianza en nuestro manejo de flujo de efectivo, llevar rigurosamente los tratamientos contables contando con las normas técnicas y todos los lineamientos de ley establecidos.

FLUJOGRAMA DE SERVICIO

CONSUMO EN EL SITIO



SOLICITUDES PARA LLEVAR





PLAN FINANCIERO

Estado de Situación Financiera inicial



DELIFITNESS S.A.S
Nit. 000.000.000.0-0
Estado de Situación Financiera Inicial
Con corte a Diciembre 31 de 2022
(Expresado en miles de pesos)

**Estado de
resultados
proyectado**

Activo

Activo Corriente

Disponible

Caja General

17.000.000

17.000.000

Deudores

Cuentas por cobrar

-

-

Total Activo Corriente

17.000.000

Activo no Corriente

INVENTARIO

INVENTARIO

14.273.200

14.273.200

Propiedades, planta y equipo

Muebles y equipo

21.136.000

21.136.000

Total Activo no Corriente

35.409.200

Total Activos

52.409.200

Patrimonio

Capital Social

52.409.200

Total Patrimonio

52.409.200

Total Pasivo + Patrimonio

52.409.200

SHARICK MARCELA TERAN LOPEZ
Representante Legal
C.C. 1.083.331.600

LUIS RICARDO MENDIVIL PARDO
Contador Público
Nº1.500.395-T



Estado de resultados de proyecto



DELIFITNESS S.A.S
Nit. 000.000.000.0-0
Estado de Resultados Proyectado
Año 2024 a 2025
(Expresado en millones de pesos)

	2024	2025
Ingresos		
Ventas	390.000.000	507.000.000
(-) Costos directos	57.084.000	73.923.780
(-) Costos indirectos	51.834.745	107.401.592
Utilidad Bruta	281.081.255	325.674.628
(-) Gastos Operacionales Admón.	113.984.604	118.088.050
(-) Gastos Operacionales Ventas		-
(-) Depreciaciones	3.098.000	3.098.000
Utilidad Operacional	163.998.651	204.488.578
(-) Gastos Financieros	-	-
Utilidad Antes de Impuesto	163.998.651	204.488.578
(-) Impuesto de Renta (20%)	32.799.730	40.897.716
(-) Impuesto de ICA (0,5%)	780.000	1.014.000
Utilidad Neta antes de Reserva	130.418.920	162.576.863
(-) Reserva Legal (10%)	13.041.892	16.257.686
Utilidad Neta	117.377.028	146.319.176
Ebitda	154.054.759	191.328.892
Margen Ebitda	40%	38%
ROA	72%	89%
ROI	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!

SHARICK MARCELA TERAN LOPEZ
Representante Legal
C.C. 1.083.331.600

LUIS RICARDO MENDIVIL PARDO
Contador Público
N°1.500.395-T



Flujo de Caja proyectado



DELIFITNESS S.A.S
Nit. 000.000.000.0-0
Flujo de Caja Proyectado
Año 2024 a 2025
(Expresado en millones de pesos)

	2024	2025
Caja Inicial	-	148.816.651
Flujo de Caja Operativo		
Recaudo cartera	390.000.000	507.000.000
Total Ingresos Operativos	390.000.000	507.000.000
Materias Primas	57.084.000	73.923.780
Costos Logísticos	-	-
Gastos de Nómina	79.841.389	136.416.475
Arrendamientos	63.000.000	65.268.000
Servicios Públicos	17.097.960	17.713.487
Honorarios	-	-
Servicios Generales	360.000	372.960
Proveedores	23.800.000	5.718.720
Impuestos	-	33.579.730
Gastos Financieros	-	-
Total Egresos Operativos	241.183.349	332.993.152
Resultado FC Operativos	148.816.651	174.006.848
Flujo de Caja Financiero		
Endeudamiento con terceros	-	-
Total Ingresos Financieros	-	-
Disminución de endeudamiento	-	-
Total Egresos Financieros	-	-
Resultado FC Financiero	-	-
Flujo de Caja de Inversiones		
Aportes de Socios	-	-
Total Ingresos Inversiones	-	-
Inversiones realizadas	-	-
Total Egresos Inversiones	-	-
Resultado FC Inversiones	-	-
Flujo Libre de Caja	148.816.651	322.823.499

VPN
TIR

451.937.307 (Miles de pesos)
#¡NUM!

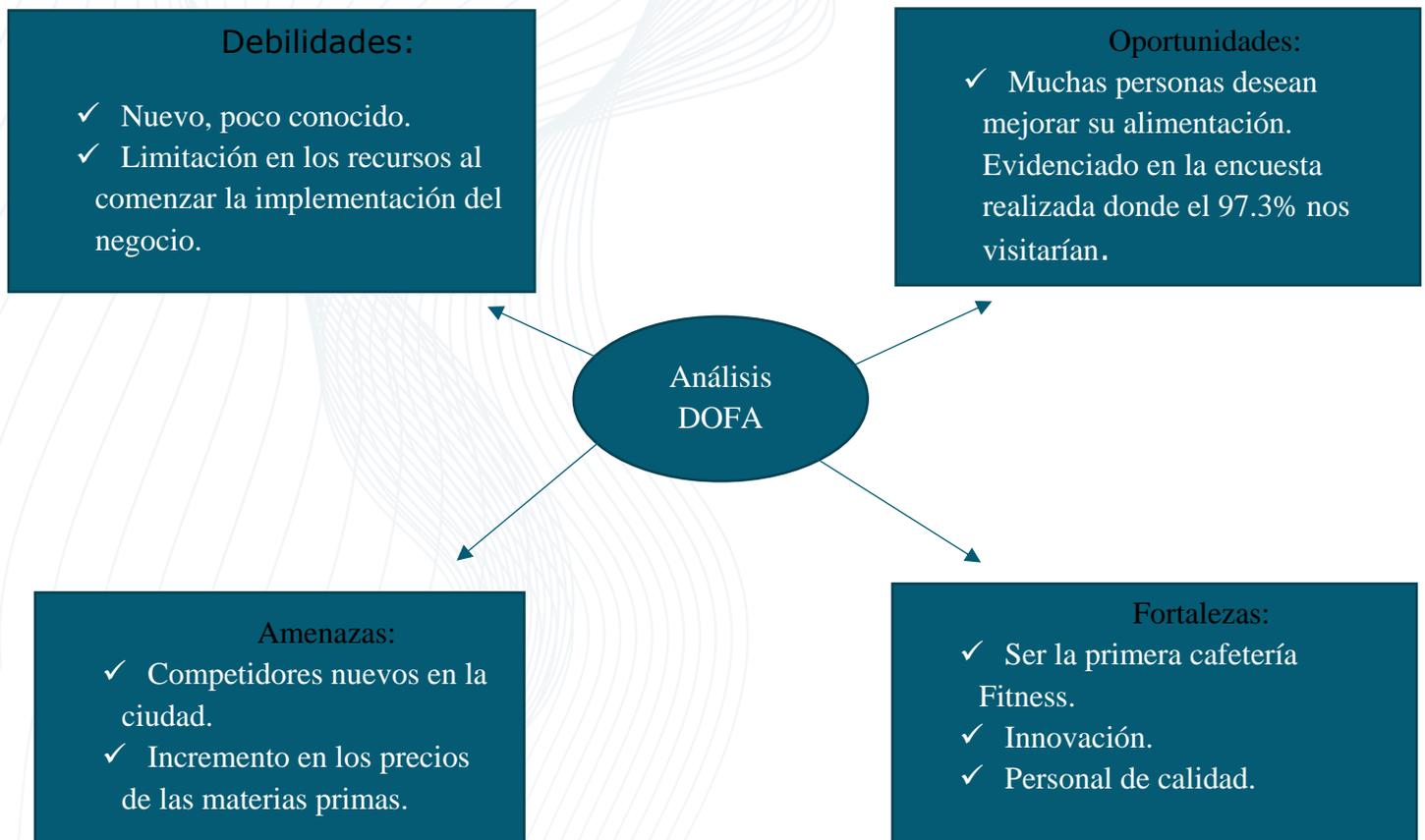
SHARICK MARCELA TERAN LOPEZ
Representante Legal
C.C. 1.083.331.600

LUIS RICARDO MENDIVIL PARDO
Contador Público
N°1.500.395-T

VPN **451.937.307** (Miles de pesos)

TIR **#¡NUM!** Debido a que la inversión es considerablemente inferior al VPN, la tasa de retorno es impracticable

Análisis DOFA





ANÁLISIS DEL MERCADO Y LA COMPETENCIA

Plan De Ventas Y Marketing

Realizar un análisis de mercado en la ciudad que nos permita identificar el mercado real al que nos vamos a enfrentar y las estrategias para la atracción de los clientes.

- CAFETERÍAS SIMILARES LA CAFETERÍA
- POBLACIÓN – ACEPTACIÓN (Encuesta)
- PUNTO ESTRATÉGICO (Donde y por qué)



ANALISIS DE COMPETENCIAS

En la ciudad de Santa Marta encontramos establecimientos quienes serian la competencia.

- **Mercado Verde Integral**

Dirección Cra 4 # 11a - 189, Local 1, Conjunto La Mansión - Rodadero, Santa Marta, Colombia.

- **Club de Bienestar Herbalife**

Dirección: Cl. 21 # 15-61, Santa Marta, Magdalena

- **Pitta pi**

Dirección: Cl. 22#4-17, Santa Marta, Magdalena

- **Go Green**

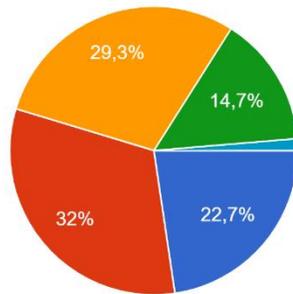
Dirección Calle 23 4 69 Local 5, Santa Marta, Santa Marta

ENCUESTA

Encuesta realizada a un grupo de personas.

Edad

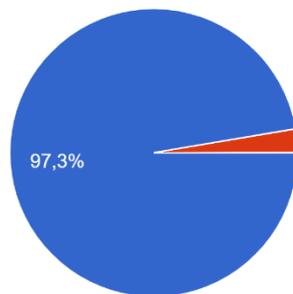
75 respuestas



- Entre 18 y 25 años
- Entre 26 y 31 años
- Entre 32 y 40 años
- Entre 41 y 50 años
- Entre 51 y 60 años
- Mas de 60 años

¿Te gustaría tener una cafetería fitness cerca al gimnasio?

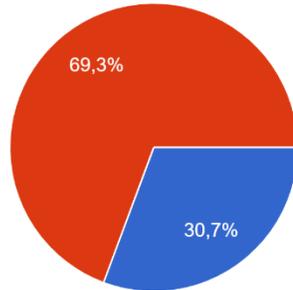
75 respuestas



- Sí
- No

¿Crees que tienes una alimentación saludable?

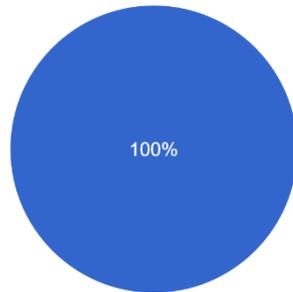
75 respuestas



● Sí
● No

¿Te gustaría tener una alimentación saludable?

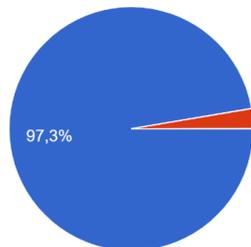
75 respuestas



● Sí
● No

¿ Si existiera una cafetería Fitness en Santa Marta la visitarías?

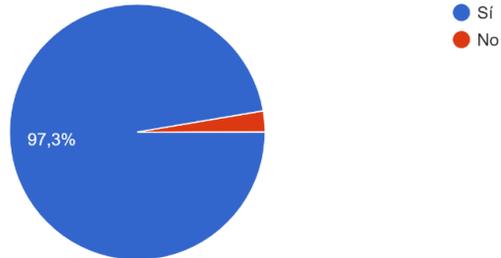
75 respuestas



● Sí
● No

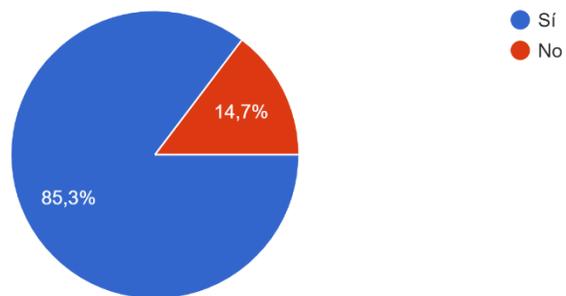
¿ Si existiera una cafetería Fitness en Santa Marta la visitarías?

75 respuestas



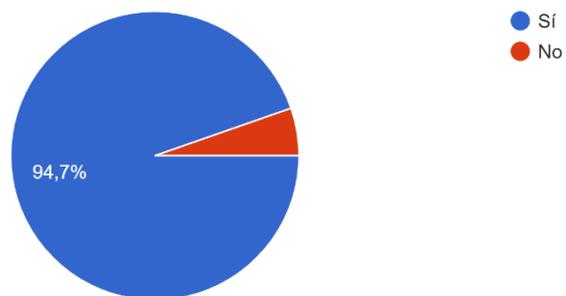
¿Te gustaría endulzar las bebidas con Stevia o miel de abeja?

75 respuestas



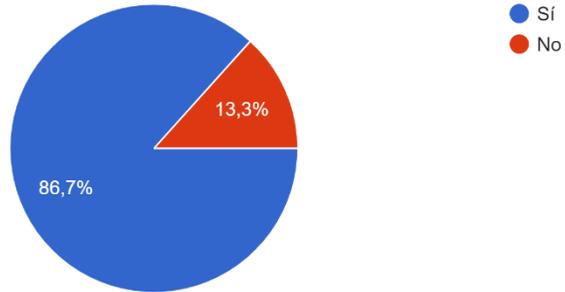
¿Te gustaría probar la proteína en leche de almendra?

75 respuestas



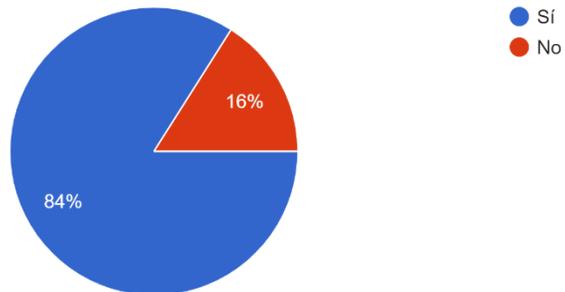
¿Te gustaría probar la proteína en agua?

75 respuestas



¿Reemplazarías el desayuno por batidos saludables?

75 respuestas





Resultados obtenidos de la encuesta.

Basado en la encuesta realizada se pudo obtener la siguiente información:

Nuestro mayor porcentaje de encuestados esta entre las edades entre 26 y 31 años con un 32%, seguido de las edades entre 32 y 40 años con un 29.3%, personas más jóvenes entre 18 y 25 años están en un 22.7%, personas entre 41 y 50 cuenta con un 14.7% y personas mayores de 60 años con un 1.3%.

El 97.3% le gustaría tener una cafetería fitness cerca al gimnasio.

De las personas encuestadas el 69.3% no tiene alimentación saludable, mientras que un 30.7% sí.

El 100% de las personas encuestadas les gustaria tener una alimentación saludable, lo que nos impulsa a un más con nuestro gran proyecto.

El 97.3% nos visitaría, un porcentaje bastante considerable, mientras que solo un 2.7% no lo haría.

El 85.3% le gustaria endulzar sus bebidas con Stevia o miel de abejas, solo el 14.7% no le gustaria.

El 5.3% no le gustaria probar la proteína con leche de almendras, pero un 94.7% si le gustaria, lo cual nos indica que en nuestros clientes esto tendría bastante aceptación.

El 86.7% le gustaría probar la proteína en agua, un poco menos que la leche de almendras, mientras que el 13.3% simplemente no le gustaria.



Cuando se preguntó si reemplazaría el desayuno por batidos saludables, obtuvimos que el 84% estaría dispuesto hacerlo, mientras que solo el 16% no lo haría.

Con eso podemos observar que se obtuvo un gran % de aceptación en la población encuestada, lo cual nos permite continuar con la implementación del proyecto presentado, esperando poder contar con gran afluencia de clientes.

Link de encuesta:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfrXFZyx2NZPKzta3lhj6RkxcvXfNo7-phlwGRAmH8iv1bVjg/viewform?usp=sf_link

UBICACIÓN

Delifitness se encontraría ubicada principalmente en la ciudad de Santa Marta, más específicamente en el Centro Comercial Buenavista, esto es un buen punto ya que su alto reconocimiento representa una amplia variedad y circulación de persona de todo tipo y edad.

Se baso en un estudio de porcentajes realizado, en donde la afluencia de personal en el Centro Comercial Buenavista mensualmente es de 480.000 personas en promedio, a diferencia del Centro Comercial Ocean Mall que es de 335.000 personas en promedio, obteniendo un 30% de visitantes el centro comercial escogido para la implementación del negocio.

País
Colombia



**Departamento
Magdalena**



Ciudad

Santa Marta



Lugar

Centro Comercial Buenavista – Av. Libertador #32-172 A 32-296





Estrategia de ventas y marketing.

Nuestros productos establecidos

Los productos de Delifitness serán naturales y saludables para el cuidado de nuestros clientes, en esta cafetería podrás encontrar variedades a la hora de alimentarte de manera saludable, se ofrecerán productos de calidad a la mesa, siempre con ingredientes saludables para el organismo.

Algunos de los productos a ofrecer serán:

- ✓ Pancakes
- ✓ Tostadas
- ✓ Croissants
- ✓ Granola con yogurt
- ✓ Ensaladas de Frutas
- ✓ Sándwich
- ✓ Bebidas frías y calientes



Servicios ofrecidos

Como estrategia importante para nuestra cafetería manejaremos con nuestros clientes no solo comunicación presencial, sino también de manera digital contando con páginas en las redes sociales como Facebook, Instagram, página en internet, correos electrónicos, entre otros.

Comunicación con nuestros clientes

Será muy enfocada no solo en lo físico, sino también en redes sociales (algo muy común en esta época), mantener siempre las redes sociales activas, esto para fortalecer mediante la difusión de información el valor de nuestros servicios y calidad del mismo.

Promociones para nuestros clientes

Se manejarán estrategias de promociones de nuestros productos, así como también adicionar a la compra de manera gratis el domicilio en ciertos momentos.

Precios establecidos

Se manejarán precios de asequibles, con productos de excelente calidad y siempre manejando nuestros procesos establecidos de productos para todos nuestros clientes, algo que nos ayudará a entrar en el mercado de las cafeterías de la ciudad con el valor agregado de ser una cafetería fitness lo cual ayudará a nuestros clientes a su cuidado.

Ventajas y beneficios en la creación de la cafetería DELIFITNESS

Algunas de estas son:

- Mejor vida saludable



- Mejor estado físico



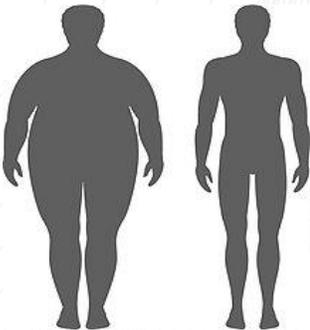
- Disfrutar de un ambiente tranquilo con las mejores compañías



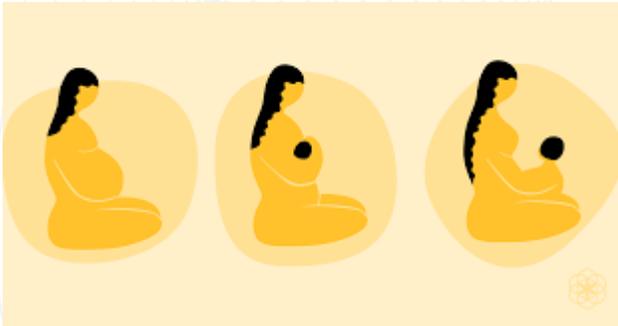
- Reducción de enfermedades



- Contribuir a mejorar los índices de obesidad de la ciudad.



- Apoyo en los embarazos saludables y la lactancia





CONCLUSIONES Y LOGROS

Después de realizar todos los procesos, análisis y respectivas implementaciones de los estudios financieros y la viabilidad de la implementación de la cafetería Delifitness en la ciudad de Santa Marta, podemos decir con certeza que al ser algo innovador en la ciudad es muy rentable su creación, pues con este no solo obtenemos un beneficio económico, si un beneficio para nuestros clientes a quienes se les está incentivando al cuidado de su salud y a la implementación de nuevos y buenos hábitos alimenticios que los llevaran a evitar futuras enfermedades y mantener un buen estado físico.

Cuando se realizó la encuesta a un grupo poblacional se pudo notar el nivel de aceptación a la hora de visitar la cafetería, un punto que nos demuestra que muchas personas desean cuidar de su salud y los que no lo hacían comenzar a cuidar de la misma.

Se cumplió con el objetivo general al implementar los conocimientos adquiridos durante nuestra carrera y mostrando la viabilidad de este plan de negocios que hoy presentamos antes ustedes.

Delifitness entrara en implementación para comienzos del año 2024, buscando satisfacer las necesidades de los clientes que deseen obtener el beneficio del cuidado de su organismo y que disfrute su estadía en el sitio al momento de cuidar de su salud.



BIBLIOGRAFÍA CITADA

- Asamblea Nacional Constituyente. (1991). Constitución Política de Colombia. Leyer.
- Reverter, J., & Barbany, R. (2007). Del gimnasio al ocio-salud. Gestión deportiva, ocio y turismo
- Tamayo, G. (15 de diciembre de 2008). <http://viref.udea.edu.co/contenido/pdf/143-mercadeo.pdf>. Obtenido de Elementos básicos de la condición física.
- Vanegas, J. D. (2017). <https://www.larepublica.co/consumo/la-gastronomia-fitness-un-negocio-por-conquistar-2286956>. Obtention de Fitness Food Solutions.
- Varela, R. (2001). innovación empresarial- arte y ciencia en la creación de empresas.
- <https://www.rcnradio.com/salud/la-obesidad-una-enfermedad-de-peso-que-afecta-los-colombianos#:~:text=En%20Colombia%2C%20el%2056%25%20de,condici%C3%B3n%20de%20sobrepeso%20u%20obesidad>
- https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/Plan-A/Paginas/home-plan_a.html
- <https://www.semana.com/especiales-editoriales/articulo/el-sobrepeso-y-la-obesidad-en-colombia/202155/>
- <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/ED/PSP/asis-santa-marta-2020.pdf>
- <https://www.up-spain.com/blog/12-razones-para-llevar-una-alimentaci%C3%B3n-saludable/>

ANEXOS

● 0% de similitud general

NO SE ENCONTRARON COINCIDENCIAS

Esta entrega no coincidió con ningún contenido comparado.