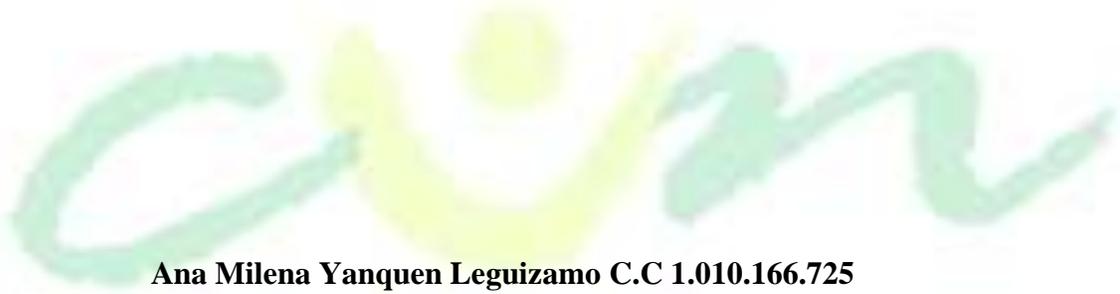


# **CREACIÓN DE EMPRESA**

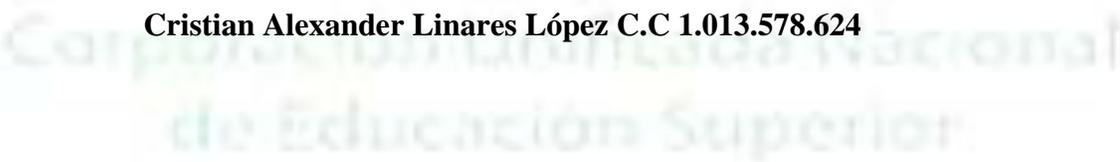
**Técnico Auxiliar En Servicios De Salud**

**“Crismil” Un Nuevo Estilo De Alimentación Saludable**



**Ana Milena Yanquen Leguizamo C.C 1.010.166.725**

**Cristian Alexander Linares López C.C 1.013.578.624**



**2020**

**Corporación Unificada Nacional CUN**

**Programa Administración En Servicios De Salud**

**Tercer Semestre**

## Contenido

Compromiso Del Autor .....	5
Compromiso Del Autor .....	6
Logo	7
Resumen Ejecutivo .....	8
Introducción .....	9
Objetivos .....	11
Objetivo General. ....	11
Objetivos Específicos .....	11
Clave Para El Éxito. ....	12
Problemática De Salud Pública Y Hábitos Alimenticios A Nivel Colombia.....	13
Objeto. 19	
<i>Ubicación Geográfica</i> .....	19
Identificación Del Problema, Necesidad O Reto. ....	24
Árbol De Problemas.....	25
Árbol De Objetivos .....	26
Descripción De La Idea De Negocio .....	27
¿Cuál Es El Producto O Servicio?.....	27
¿Quién Es El Cliente Potencial? .....	27
¿Como?.....	27
¿Por Que Lo Preferirían? .....	28

Innovación.....	29
Producto O Servicio.....	29
<i>Mercadeo</i> .....	29
Fuerzas de la industria.....	30
Contextualización de la empresa.....	30
Análisis De La Demanda.....	32
Análisis De La Oferta.....	34
Análisis De La Comercialización .....	38
Ubicación Geográfica.....	38
Análisis De Los Proveedores .....	39
Segmentación Del Mercado .....	40
Propuesta de valor. ....	42
Diseño del producto .....	45
Ficha técnica del producto o servicio .....	45
Ciclo de vida. ....	48
Precio De Venta.....	49
Costos de Producción .....	50
Análisis de la rentabilidad económica .....	51
Prototipo .....	52
Modelo running lean- canvas .....	53

Investigación de mercado.....	54
Tamaño de muestra. ....	55
Tabulación y análisis de la información. ....	57
Tabulaciones.....	59
Conclusiones.....	71
Recomendaciones .....	72
Bibliografía .....	73



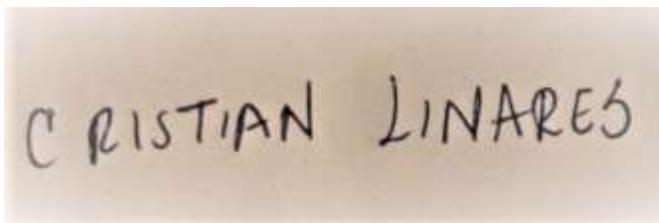
Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

## Compromiso Del Autor

Yo, **CRISTIAN ALEXANDER LINARES LOPEZ** con cédula de ciudadanía 1.013.578.624 de Bogotá y alumno del programa académico Administración Ciencias de la Salud, declaró que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

FIRMA



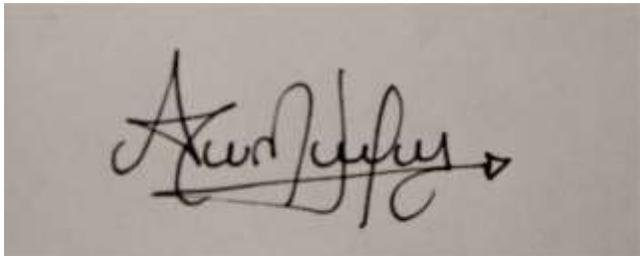
CRISTIAN LINARES

## Compromiso Del Autor

Yo, **ANA MILENA YANQUÉN LEGUIZAMO** con cédula de ciudadanía 1.010.166.725 de Bogotá y alumno del programa académico Administración Ciencias de la Salud, declaró que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

FIRMA: \_\_\_

A rectangular box containing a handwritten signature in black ink. The signature is cursive and appears to read 'Ana Milena Yanquén Leguizamo'.

Logo



¡ALIMENTATE SALUDABLEMENTE!

Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

**CRISMIL LA MEJOR OPCION DE ALIMENTACION PARA PERSONAS HIPERTENSAS Y**

**DIABETICAS**

**REDES SOCIALES**

<https://www.facebook.com/crismil.comidasaludable.9/about?lst=100055660262795%3A100>

[055660262795%3A1600480072](https://www.facebook.com/crismil.comidasaludable.9/about?lst=100055660262795%3A100)

<https://www.instagram.com/crismilrestaurante/>

## **Resumen Ejecutivo**

Nuestro restaurante será una nueva propuesta formada a partir de la necesidad de combinar un estilo de vida saludable acompañado de una alimentación sana, equilibrada y con ingredientes naturales que contribuyan a la salud de nuestros comensales. CRISMIL es una empresa que surge como una alternativa gastronómica para el disfrute a la hora de comer de la población con enfermedades crónicas como hipertensión y diabetes, ya que, debido a estas patologías, este tipo de población requiere un mayor autocuidado y una alimentación sana y equilibrada.

Nuestra proyección a largo plazo es posicionarnos como un restaurante líder dentro de un segmento importante del mercado, cuyo enfoque será nuestros consumidores y generar en ellos, una sensación de placer al momento de comer, creando una fidelización y reconocimiento con nuestra marca, confianza en nuestros productos, precios al alcance de todos y lo más importante, convertirnos en la opción preferida para la hora de almuerzo o cena.

Para la materialización de nuestra idea de negocio, primero nos enfocaremos en la ubicación estratégica en la ciudad, la cual tenga accesibilidad para nuestros consumidores. Este espacio se caracterizará por tener las adecuadas instalaciones, lo cual brindará a la hora de comer un ambiente tranquilo y ameno para el comensal.

Nuestro menú se caracterizará por tener una variedad de platos preparados al gusto de nuestro consumidor, con productos orgánicos de primera calidad, contribuyendo a la economía local y favoreciendo el campo colombiano.

## Introducción

Tanto la hipertensión arterial como la diabetes son factores de riesgo para el desarrollo de enfermedades cardiovasculares. Así, cuando una persona que tiene hipertensión tiene también diabetes, se multiplica su riesgo de padecer infarto de miocardio, insuficiencia renal, ictus (accidentes vasculares cerebrales), enfermedad vascular periférica. No obstante, las consecuencias de la hipertensión y diabetes pueden ser evitadas o al menos muy atenuadas si se consigue un buen control de la enfermedad.

La diabetes afecta a entre el 40–60% de las personas con hipertensión arterial. El tiempo que transcurre hasta que aparece la hipertensión difiere entre las personas con diabetes tipo 1 o 2. En los pacientes con diabetes tipo 1, en general la hipertensión se desarrolla después de varios años de evolución de la enfermedad y habitualmente indica el desarrollo de nefropatía diabética (daño de los riñones). En pacientes con diabetes tipo 2, la hipertensión puede estar presente en el momento del diagnóstico o incluso antes de desarrollarse y a menudo se asocia a la obesidad.

Los profesionales médicos deben tener en cuenta que uno de los problemas frecuentes al seguir una dieta es el factor de las restricciones, las cantidades, los sinsabores que le falta a la comida y el tiempo, dado que en vivimos en una era donde todo se debe realizar en el menor tiempo posible, son aspectos que influyen y que desencadenan la efectividad de la alimentación en este tipo de personas y son precisamente esos aspectos que CRISMIL abordará para ayudar de una manera efectiva.

Según investigaciones científicas, consultas médicas y testimonios en población con estas características, un factor importante para la prevención y adecuado manejo de estas enfermedades es la alimentación y con base en esta fuerte necesidad, nuestra empresa propone nuevos esquemas alimenticios con ingredientes saludables, sin restricciones y contribuyendo al disfrute de una alimentación variada y saludable junto con el deporte -herramienta moduladora de la presión arterial y preventiva contra la obesidad-, debe complementar el tratamiento farmacológico que recibe el paciente, lo que se busca con nuestra idea de negocio, es aportar un granito de arena para que personas con este tipo de enfermedades, tengan una mejor calidad de vida.

“En general, en personas con diabetes o hipertensión, no existe ningún alimento absolutamente prohibido –a no ser en determinados casos-, sino que las pautas de alimentación saludable se ajustan y se pactan con las personas que van a seguirlas”, comentan los especialistas.

En CRISMIL, vas a encontrar gran variedad de menús que contarán con los aportes nutricionales y alimenticios necesarios y balanceados, buscando el equilibrio entre las cantidades de sal y azúcar. Los platos serán preparados con variedad de frutas, alimentos integrales, opciones que ayuden a incrementar el consumo de verduras y legumbres, proteínas ricas y jugos y acompañamientos que ayuden a una fácil digestión, todo en una justa medida que le ayudará a controlar su enfermedad y mejorará su bienestar.

## Objetivos

### Objetivo General.

Construir una nueva alternativa gastronómica para personas con diagnósticos de hipertensión y diabetes, contribuyendo con opciones saludables y con alto valor nutricional, generando un reconocimiento de nuestra marca CRISMIL brindando bienestar, variedad y confort, al comer fuera de casa.

### Objetivos Específicos

- Ofrecer una variedad de platos preparados con ingredientes orgánicos que cumplan las expectativas y necesidades de un buen comer de nuestros consumidores.
- Fomentar desde nuestra gastronomía y filosofía, un estilo de comida saludable, el autocuidado y una alimentación sana en nuestros comensales
- Promover el consumo de alimentos que, por su sabor o presentación, no son del agrado del paladar.
- Concientizar a los consumidores sobre los buenos hábitos alimenticios, con ayuda de opciones sanas y fáciles de digerir.
- Ser una fuente de empleo y sostenibilidad para personas, creando un equipo de trabajo.
- Lograr la expansión de nuestro negocio a nivel ciudad y en un futuro en el resto del país.

## **Clave Para El Éxito.**

El éxito de nuestro proyecto está en la innovación al incursionar en el mercado de la comida, cuyo valor agregado es la preparación de platos saludables enfocado a personas con enfermedades de alto riesgo. CRISMIL será un restaurante que se caracterizará por la variedad gastronómica, calidez en el servicio, infraestructura y tecnología de punta para la comodidad y el confort de nuestros consumidores con el compromiso de nuestro equipo humano.



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

## **Análisis Del Entorno Y Contexto De La Idea De Negocio.**

### **Problemática De Salud Pública Y Hábitos Alimenticios A Nivel Colombia.**

Cerca de 4 millones de personas en Colombia padecen de hipertensión y diabetes. En este proyecto reconocemos que una de las problemáticas identificadas a nivel mundial es la hipertensión arterial siendo una de las principales enfermedades que afecta a la población adulta hoy en día y por ende una de las primeras causas de infarto. Una inadecuada alimentación y un estilo de vida sedentario, así como la genética pueden causar este problema de salud inclusive a edades tempranas.

El principal problema que se puede identificar en la ciudad es la falta de lugares en los cuales se pueda consumir un tipo de comida que no afecte la salud de las personas con estas patologías: hipertensión y diabetes. Cuando la persona consume alimentos fuera de su casa, la mayoría de las comidas son procesadas y pueden elevar las cantidades de sodio, glucosa o grasas. Lo cual contribuye a que las personas se descompensen, deteriorando gradualmente su bienestar físico, mental y emocional. Sin contar que, añadiendo porciones en su ingesta de alimentos, es muy fácil descuidar las medidas o dietas indicadas por el médico tratante. Esto puede generar elevaciones en la presión arterial a pesar de que se utilice medicación y a largo plazo daño en órganos clave como los riñones o el corazón.

En CRISMIL buscamos reducir el uso de estos ingredientes como por ejemplo condimentos, salsas o aderezos, sopas instantáneas y enlatados, los cuales contienen altos niveles

de sodio, por lo que deben evitarse o ser utilizados con moderación y reemplazarlos por otros ingredientes naturales que cumplan la misma función. ejemplo: las hierbas aromáticas tales como tomillo, laurel, orégano, etc. En lugar de salsas industrializadas, prepararíamos salsas artesanales.



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

## Objetivos De Desarrollo Sostenible.

*“Garantizar una vida saludable y promover el bienestar para todos y todas en todas las edades”*



También como estrategia para lograr atraer una cantidad considerable de comensales, es innovar en los nombres de las preparaciones, para que logren ser llamativas y generar un gusto por la comida, que el hipertenso o diabético, sienta un placer más que una obligación el hábito de comer y auto cuidarse.

Nuestra meta será que el restaurante reciba una gran acogida en este tipo de población, en un futuro expandir nuestro negocio a otros sectores de la ciudad, lográndolo a través de la fidelización, y a largo plazo y con ayuda de alianzas estratégicas, hacer presencia en otros países de Latinoamérica. Con el cumplimiento de este último objetivo, podemos abarcar una mayor cantidad de personas hipertensas y diabéticas, a los cuales buscamos beneficiar y así mitigar un poco los efectos que estas enfermedades causan en estas personas.

“En 2015, la ONU aprobó la Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible, una oportunidad para que los países y sus sociedades emprendan un nuevo camino con el que mejorar la vida de todos, sin dejar a nadie atrás. La Agenda cuenta con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, que incluyen desde la eliminación de la pobreza hasta el combate al cambio climático, la educación, la igualdad de la mujer, la defensa del medio ambiente o el diseño de nuestras ciudades”

Con nuestra idea de negocio, buscamos implementar un hábito de vida saludable para las personas hipertensas y diabéticas, las cuales puedan consumir una variedad de alimentos con alto valor nutricional y a su vez sientan agrado al deleitar nuestros platos.



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

## **Teoría Del Valor Compartido.**

Con la creación de CRISMIL, lo que se busca es concientizar a la sociedad y especialmente a la población con este tipo de enfermedades, sobre los hábitos del buen comer. Generar una filosofía donde no sea un tabú el hecho de que, por padecer estos malestares, se tengan prohibiciones para consumir ciertos alimentos y no se pueda disfrutar la comida, al contrario, se puede aprender a comer bien y demostrar que hay otras formas o métodos de consumir platos especiales, los cuales serán beneficiosos para la salud.



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

## **Tecnología Disruptivas.**

CRISMIL busca romper estereotipos creando nuevas opciones gastronómicas sin dejar atrás la cocina tradicional reemplazando los ingredientes nocivos o contraproducentes para la salud de estas personas.



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

## **Análisis Del Sector Económico.**

### **Objeto.**

Dado el alcance que puede llegar a tener nuestro negocio, buscamos enfatizar que tipo de problemáticas se puede presentar a la hora de ir ejecutando nuestra idea de empresa en la parte económica lo cual traeremos a colación en el siguiente cuadro

A principios de 2020 se mostraban unas cifras positivas para el sector, sin embargo, en el mes de marzo el sector se convirtió en uno de los más afectados por la coyuntura del coronavirus por el cierre obligado de sus establecimientos.

El sector de alimentos y bebidas es muy importante para la economía colombiana debido a la cantidad de empleos que genera. En el 2019 la cantidad de establecimientos y de empleos del sector fue:

- ✓ 800.000 restaurantes y bares
- ✓ 1.500.000 personas ocupadas en el sector
- ✓ 6,8% del total de población ocupada

### ***Ubicación Geográfica***

El negocio está ubicado en el sector suroriente de la ciudad, sobre la Avenida Primera de Mayo con carrera 10, rodeado de Hospitales y unidades de atención de Salud.

Tabla 1- Análisis PESTEL

<b>ANALISIS PESTEL</b>	
<b>POLITICO</b>	Los impuestos pueden afectar de manera negativa ya que nosotros no podemos prever que tipo de reforma plantee realizar el gobierno debido a la coyuntura actual por el covid, no sabemos si implementen algún tipo de aporte tributario para equilibrar el aporte fiscal cuyos fondos se están utilizando para cubrir emergencias derivadas por el covid.
<b>ECONOMICO</b>	Nuestra idea de negocio está involucrado con el sector terciario de la economía, nos dedicamos a ofrecer productos y servicios, por ende nos catalogamos como el sector del servicio. Este sector abarca el 80% de la fuerza laboral del país. A principios de 2020 se mostraban unas cifras positivas para el sector, sin embargo, en el mes de marzo el sector se convirtió en uno de los más afectados por la coyuntura del coronavirus por el cierre obligado de sus establecimientos Se generaron perdidas de más del 80%.
<b>SOCIAL</b>	Nuestro principal punto de atención será en el centro de la capital del país, zona caracterizada por alta afluencia de usuarios quienes serán personas con diagnósticos hipertensión y diabetes, de todas las profesiones y ocupaciones. Para el ingreso a nuestro establecimiento se implementarán medidas como Control en el acceso del establecimiento con medición de temperatura, gel antimaterial, tapabocas
<b>TECNOLOGICO.</b>	Como estrategia el lugar contará con una buena conexión a internet para mantenerse conectado a las redes sociales, donde más se difunde información de la marca y se hace marketing digital.
	Para los pedidos usaremos una plataforma digital en donde además facilitará el monitoreo de estos tiempos y crear estrategias que hagan más eficiente estos procesos dentro de un restaurante.

	<p>En la caja es importante implementar equipos periféricos que faciliten la labor de los empleados. Es necesario tener una impresora, un detector de billetes falsos, un cajón monedero que agilicen los procesos y pongan en orden las operaciones del negocio.</p> <p>Además se instalará un equipo de seguridad digital por el bienestar, la confianza y tranquilidad de los comensales y el nuestro</p>
<p><b>ECOLOGICO</b></p>	<p>Al ser nuestra materia prima, los ingredientes serán orgánicos contribuyendo con el medio ambiente y que sean procedentes del campo, evitando utilizar alimentos envasados. Manejaremos un inventario adecuado para evitar que se desperdicie los alimentos, manejando una compra sensata de estos alimentos. Utilizaremos un sistema de reciclaje de desechos orgánicos y otro para elementos derivados de la cocina. Uso racional del agua en cada preparación, así como en la limpieza y desinfección de los alimentos y del establecimiento.</p>
<p><b>LEGAL</b></p>	<p>Para este tipo de establecimientos se tiene la siguiente normatividad:</p> <p>Para cumplir con la normatividad colombiana y evitar sanciones, es importante que quienes estén interesados en abrir al público un establecimiento de expendio de productos alimenticios cumplan con requisitos.</p> <p><b>Requisitos de carácter obligatorio según Decreto 1879 de 2008</b></p> <p>. Matrícula mercantil vigente</p>

	<p>2. Certificado Sayco &amp; Acinpro.</p>
	<p>4. Concepto sanitario. Todo establecimiento debe cumplir con las condiciones sanitarias que se describen en la Ley 9 de 1979, que está compuesta por títulos de carácter general como los de protección del medio ambiente, suministro de agua, y salud ocupacional, así como algunos específicos como el título V denominado Alimentos, en el que se establecen las normas específicas a las que están sujetos los establecimientos industriales y comerciales en los que se realicen actividades que se relacionan con alimentos</p>
	<p>Concepto técnico de seguridad humana y protección contra incendios.</p>
	<p>Lista de precios.</p>
	<p>Inscripción en el RUT. Los comerciantes deben estar inscritos en el RUT (Registro Único Tributario) y, si pertenecen al régimen simplificado, deben indicar su RUT en un lugar visible del establecimiento.</p>
	<p>Inscripción en el RIT. Todo establecimiento de comercio debe quedar inscrito en el Registro de Información Tributaria (RIT) a través del diligenciamiento del <i>Formulario RIT Establecimiento de Comercio</i>. Este formulario también permite realizar la actualización o clausura de dichos establecimientos</p>
	<p>Certificado de manipulación de alimentos. Este es de carácter obligatorio para todos los empleados que manipulen alimentos y se debe renovar anualmente. Existen varios institutos que cuentan con la autorización como Empresa</p>

	Capacitadora en Manipulación Higiénica de Alimentos.
--	--



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

## Identificación Del Problema, Necesidad O Reto.

*Tabla 2- Problema, Necesidad o reto*

CRITERIO	Problema 1	Problema 2	Problema 3
	Presencia de restaurantes con enfoque de comidas para hipertensos y diabéticos.	cobertura y reconocimiento en más sitios de la ciudad	la preparación de los platos
Conocimiento o experiencia	2	3	4
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?)	1	4	3
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿tenemos acceso a información/ datos/ cifras, (puedo darte una solución)	3	5	5
Tiempo (posible solución)	2	2	5
Costos (posible solución)	4	3	5
¿es trascendental? ¿representa un desafío para ustedes?	5	5	5
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5	5	5
	22	27	32

Como se evidencia, nuestro principal problema o reto es la PREPARACION DE LOS

PLATOS, para lo cual debemos contar con la asesoría de :

- ✓ NUTRICIONISTA: Para la creación de platos con una dieta balanceada.
- ✓ CHEF O JEFE DE COCINA: Quien estará al tanto de las existencias almacenadas en bodega, de las cantidades solicitadas para la elaboración de cada plato y en la repartición de tareas en la cocina.

# Árbol De Problemas.

## CONSECUENCIAS



Ilustración 1

## CAUSAS

Fuente: Autoría Propia.



# Árbol De Objetivos

## EFFECTOS

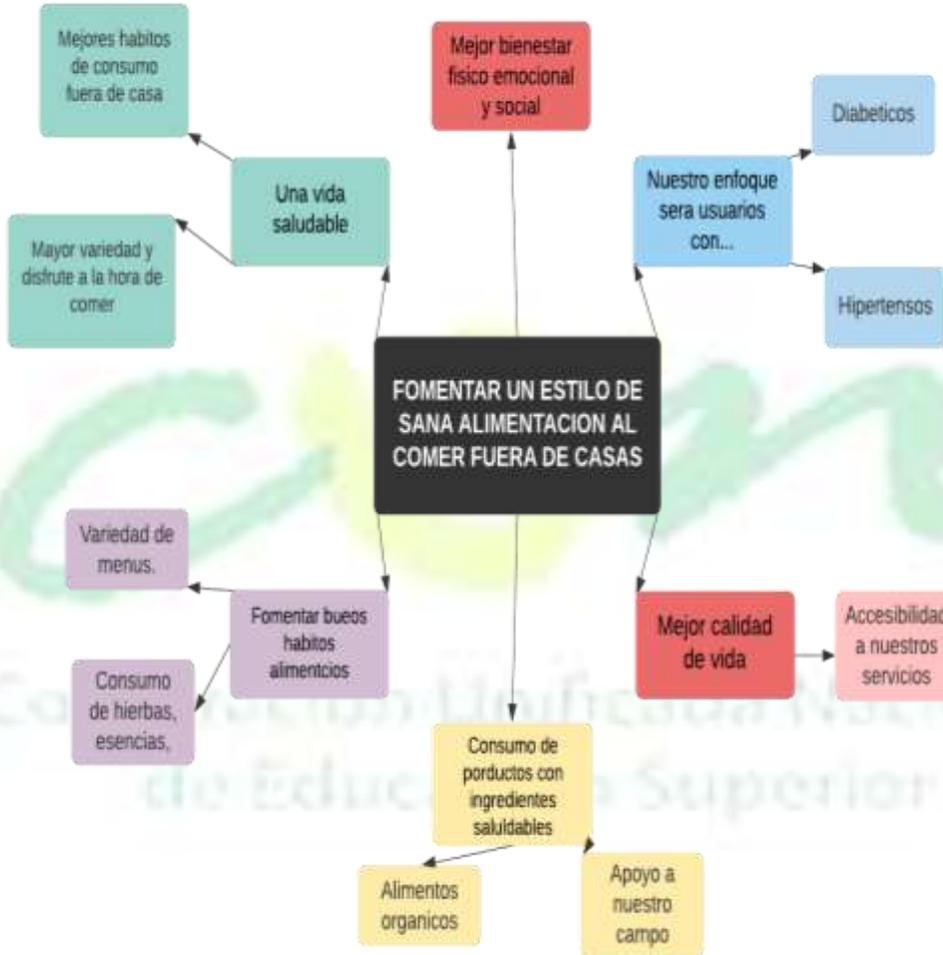


Ilustración 2

## CAUSAS

FUENTE: Autoría propia.



## **Descripción De La Idea De Negocio**

### **¿Cuál Es El Producto O Servicio?**

El producto o servicio que vamos a ofrecer es un restaurante de comida saludable con ingredientes de primera calidad.

### **¿Quién Es El Cliente Potencial?**

Nuestro cliente potencial será toda persona que sufra de hipertensión y/o diabetes sin hacer distinciones.

### **¿Cuál Es La Necesidad?**

En nuestra ciudad es mínima la existencia de este tipo de restaurantes que se centren en brindar una buena alimentación que tengan en sus menús cierto tipo de comidas que no perjudique la salud de las personas con este tipo de enfermedades y eso es lo que busca CRISMIL, alimentar sanamente a esta población.

### **¿Como?**

Preparando gran variedad de menús con alto valor nutricional y una excelente sazón para nuestros clientes y así lograr una fidelización así nuestros platos.

### **¿Por Que Lo Preferirían?**

Por la sazón que queremos lograr que nuestros platos sean bajos en sodio y en azúcar y así fomentar un habito alimenticio saludable para nuestros comensales.



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

## **Innovación.**

### **Producto O Servicio.**

Nuestro restaurante se enfocará en deleitar el paladar de nuestros comensales que sufran enfermedades como hipertensión o diabetes, con el más rico sazón, sin utilizar ningún ingrediente que pueda afectar su salud y en reemplazo de esto, utilizaron hierbas aromáticas, esencias, entre otros, para satisfacer a nuestro comensal, contribuyendo a mejorar sus hábitos alimenticios, sociales y culturales.

### ***Mercadeo***

Innovaremos en la comercialización del servicio a través de las plataformas digitales, a través de redes sociales del restaurante como Facebook e Instagram, las cuales, por su accesibilidad y fácil manejo, se convierten en una potencial ayuda para publicidad y ventas de nuestro negocio y en el voz a voz, todo con el ánimo de impulsar la marca, atrayendo nuevos consumidores y creando estrategias publicitarias que permitan llamar la atención.

### **Proceso.**

En nuestro restaurante buscaríamos alternativas en el modo de preparación de los alimentos sin desdoblarse del método de cocina tradicional. La innovación aplicaría en los ingredientes principales naturales, las cantidades y las raciones a servir.

## **Fuerzas de la industria**

### **Contextualización de la empresa**

Nombre: CRISMIL COMIDA SALUDABLE.

### **Actividad Económica**

CIU Rev. 3.1 A.C. Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas Revisión 3.1 Adaptada para Colombia

Código: 552

Rango: 5521 - 5529

Sección:

División: HOTELES, RESTAURANTES, BARES Y SIMILARES

Grupo: EXPENDIO DE ALIMENTOS PREPARADOS EN EL SITIO DE VENTA

Descripción:

Las actividades de los establecimientos dedicados a la preparación y expendio de comidas para el consumo inmediato, tales como: restaurantes, cafeterías, asaderos, merenderos, salones de onces, etc.; el suministro de bebidas que van con las comidas, para su consumo dentro del establecimiento; los servicios de alimentación bajo contrato (catering); los servicios de coche comedor, si son proporcionados por unidades independientes de las empresas que prestan los servicios de transporte.

Nuestro enfoque será cuidar la salud de los hipertensos y diabéticos con alimentos nutritivos, dietas balanceadas y demás alimentos que estas personas consumen a diario.

Código Clase

- 5521 expendio a la mesa de comidas preparadas en restaurantes
- 5522 expendio a la mesa de comidas preparadas en cafeterías
- 5523 expendio por autoservicio de comidas preparadas en restaurantes
- 5524 expendio por autoservicio de comidas preparadas en cafeterías
- 5525 servicios de alimentación bajo contrato (catering)
- 5529 otros tipos de expendio ncp de alimentos preparados.

### **Tamaño**

Las empresas pueden clasificarse según su tamaño en grandes, medianas, pequeñas y microempresas.

Nuestro restaurante es una Microempresa ya que cumple con los criterios para estar definida en este grupo:

- ✓ Una planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores.
- ✓ Activos totales por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

## Análisis De La Demanda.

Debido a que nuestro restaurante se encuentra localizado en el suroriente de Bogotá, se decidió iniciar con el análisis de nuestros clientes, los cuales se dividen en dos grupos: DIABETICOS E HIPERTENSOS, sin excluir a los demás comensales que no presenten estas patologías.

A continuación, el perfil de nuestros comensales:

*Tabla 3- Análisis del cliente*

<b>Cientes diabéticos</b>	<b>Cientes hipertensos</b>
No pueden consumir altas cantidades de azúcar.	No pueden consumir altas cantidades de sal.
Presentan problemas cardíacos y anticoagulantes.	Presentan tensión alta arterial.
Impotencia sexual, daño en los nervios, entumecimiento de las extremidades,	Stress, ansiedad, problemas con su peso corporal.
Dependientes de la insulina.	
Deben estar en constante rutinas de ejercicios para fortalecimiento de su sistema cardiovascular.	Reducir el consumo de alcohol y bajar de peso.
Deben tener control con los medicamentos para que no haya complicaciones o afecciones graves.	Manejar su ansiedad y estrés, para no alterar su presión arterial.

<p>Este tipo de enfermedad no distingue rango de edad, comenzando en edades aproximadas desde los 15 años</p>	<p>La presión arterial aumenta con la edad y, por lo tanto, el riesgo de que una persona sea hipertensa aumenta en las personas mayores de 65 años.</p>
---	---



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

## Análisis De La Oferta

### Principales competidores

PANADERIA ARTESANAL SAN MARCO. <https://www.sanmarcos1943.com/>



“Somos el lugar perfecto para recordar: los más ricos sabores, los aromas y las más bonitas experiencias forman parte de nuestra tradición y de nuestra historia. Somos uno de los restaurantes más antiguos de la ciudad de Bogotá: desde 1943 hemos sido el puente que conecta a Bogotá con la cultura y la tradición italiana. Nuestra panadería, nuestras pastas, pizzas y repostería son un homenaje a la cultura italiana que nos crea y una muestra de afecto a la cultura colombiana que nos recibe.”

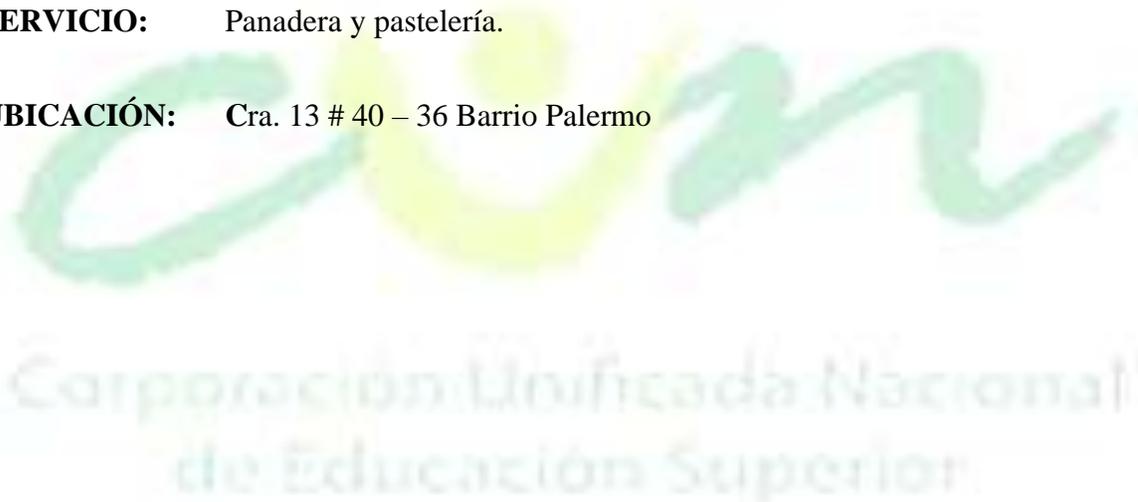
Fundado en 1943 es uno de los restaurantes italianos más antiguos en los que los platos tienen una preparación especial para diabéticos en varios tipos de pastas, bizcochos y hasta pizzas

**PRODUCTO:** Pastas, pizzas y bizcochos

**PRECIO:** Oscila desde los \$1.000 hasta aprox \$23.000. para productos de panadería y de \$15.000 a \$28.000 en productos de pastas.

**SERVICIO:** Panadera y pastelería.

**UBICACIÓN:** Cra. 13 # 40 – 36 Barrio Palermo



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

PANADERIA PHILIPPE <https://www.philippe.com.co/>



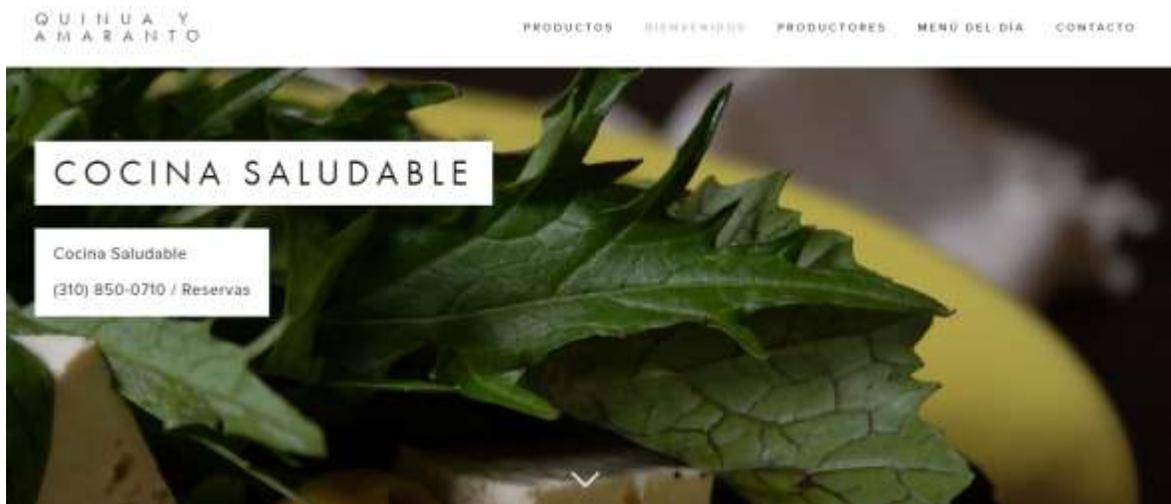
Esta pastelería es reconocida por su calidad y exclusividad. Cuenta con varias sucursales en Bogotá, donde los postres sin azúcar, la chocolatería y la panadería artesanal son sus principales productos

**PRODUCTO:** Panadería, pastelería y postres.

**PRECIOS:** Oscila desde los \$8.000 hasta los \$99.000

**UBICACIÓN:** Carrera. 7 # 117 – 70 USAQUEN.

QUINUA Y AMARANTO <http://www.quinuayamaranto.com.co/bienvenidos>



Quinoa y amaranto abrió sus puertas en agosto del 2005, posicionándose como la primera tienda de comercio solidario en el barrio La Candelaria.

Su propuesta como un restaurante de comida saludable fue cogiendo forma, ofreciendo un menú diario variado, nutritivo y con precios justos.

**PRODUCTO:** Opciones de desayuno, granos y frutos secos.

**PRECIO:** Oscila desde los \$4.000 hasta aprox \$30.000. para productos de panadería y de granos y frutos secos.

**SERVICIO:** Panadera y pastelería.

**UBICACIÓN:** Calle 11 # 2- 95 candelaria.

## **Análisis De La Comercialización**

Los precios de la competencia son muy similares al nuestro y los clasifican de acuerdo a la complejidad y situación especial del cliente, entre más especializado, mayor costo (Mas de \$ 200.000 según catálogos virtuales).

### **Ubicación Geográfica**

La ubicación geográfica específica es Bogotá (Cundinamarca). La mayoría de nuestros competidores se encuentran en la capital en la zona norte, nuestro restaurante estará ubicado Enel suroriente para mayor asequibilidad a personas de estratos 1,2 y 3.



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

## **Análisis De Los Proveedores**

Nuestro principal proveedor será los campesinos generando estrategias para traer directamente desde el campo los alimentos orgánicos que se necesitaran para el restaurante. Es de suma importancia este proveedor dado que se ayudará al agro colombiano generando una relación estrecha cliente – proveedor. Se indagará de manera exhaustiva los campesinos potenciales que puedan abastecer nuestras sucursales de una manera eficaz y con una alta calidad en los productos adquiridos.

Por otro lado, los productos secundarios que se utilizara para la preparación y servicio en la mesa serán adquiridos en almacenes de cadena ejemplo Alkosto.



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

## Segmentación Del Mercado

### Segmentación Geográfica

<b>CIUDAD</b>	Bogotá D.C
<b>LOCALIDAD</b>	
<b>DENSIDAD</b>	Urbano
<b>CLIMA</b>	Templado

### Segmentación Socio-Cultural

<b>CULTURA</b>	Sin distinción
<b>RELIGIÓN</b>	Sin distinción
<b>ESTRATO SOCIAL</b>	Sin distinción
<b>CLASE SOCIAL</b>	Baja-Media

### Segmentación Demográfica

<b>EDAD</b>	Si distinción
<b>SEXO</b>	Sin distinción
<b>ORIGEN ETNICO</b>	Sin distinción
<b>ENFERMEDADES</b>	Diabetes e Hipertención
<b>ESTADO CIVIL</b>	Sin distinción
<b>CICLO DE VIDA FAMILIAR</b>	Sin distinción
<b>NIVEL EDUCATIVO</b>	Sin distinción

---

### Segmentación relacionada al Uso

**FRECUENCIA DE USO**

Frecuente

**INTERES DEL STATUS**

Uso mediano

**LEALTAD DE MARCA**

Interesado

**TIEMPO**

citas médicas, tiempo familiar

**OBJETIVO**

Personal

**LOCALIZACIÓN**

Consultorios y centros médicos

**PERSONA**

Individuo, familia

**BENEFICIO BUSCADO**

Alimentación saludable y beneficiosa

---

### Segmentación Psicográfica

**ESTILO DE VIDA**

Estilo de vida saludable

**SENSIBILIDAD A UN FACTOR**

Productos alimenticios con los que se fabriquen el menú

---

### Segmentación Psicológica

**NECESIDADES DE MOTIVACIÓN**

Desarrollo personal, auto superación.

**PERSONALIDAD**

Infancia, Juvenil, Vejez

**APRENDIZAJE**

Poco nivel de involucramiento

**ACTITUDES**

Positiva

---

c



En CASMIL , no tendremos distinciones de comensales por su género, edad, religión ni demás, ya que las patologías de diabetes e hipertensión pueden desarrollarse desde tempranas edad y en varias etapas de la vida.

**Propuesta de valor.**

## Beneficios

- Apoyo alimenticio para personas con dichas patologías
- Tranquilidad y seguridad para cada persona que asista al restaurante al degustar nuestros platos con las medidas de seguridad para cada enfermedad
- Precios asequibles en el mercado respecto a la competencia
- Ofrece tiempo de calidad y un sitio tranquilo para compartir almuerzo en familia.
- Crear espacios dirigidos para esas personas que en el sector alimenticio no se les ve la misma importancia.

## Trabajos de cliente

- Conseguir una comida cotidiana (desayuno, almuerzo y comida) en situaciones donde se encuentren en la calle realizando actividades que les impidan comer en su hogar.
- No preocuparse por los ingredientes o alimentos que lleven sus platos al ser consumidos.

## Frustraciones

- Problemas de azúcar
- Enfermedades tales como  
Diabetes e Hipertensión
- Discapacidades tales como  
Ceguera
- Amputación de extremidades.
- No existencia de productos alimenticios que reemplacen otros para este tipo de patología
- Entorpecimientos de labores cotidianas
- Frustración y estrés que deterioran la calidad de vida del

### Creadores de alegrías

- Generar ambientes propicios y tranquilos para las personas que sufren de Diabetes e Hipertensión, aprovechando de la mejor manera todos los alimentos naturales y cotidianos que les podemos brindar.
- Platos frescos, nutritivos y balanceados preparados directamente en la ubicación, generando tranquilidad y satisfacción a nuestros clientes.

### Productos y Servicios

- Productos alimenticios de diario vivir de personas que no sufren de esta patología; acondicionándolos a las necesidades del cliente.
- Incursionar en la comida saludable y nutritiva para así poder presentar nuevos e innovadores platos a nuestros clientes potenciales.
- Generar dietas balanceadas pensando en el cliente y sus necesidades.
- Productos alimenticios de apoyo para reemplazar otros que causen daño a nuestros clientes.

### Aliviadores de Frustraciones

- Dar a conocer los diferentes productos en las comunidades y más que todo en el medio de centros médicos especializados en tratamientos de estas patologías.
- Impulsar la publicidad a través de plataformas digitales como una manera eficiente y rápida de difusión.
- Generar Voz a Voz donde se logre llegar a cada Familia donde se evidencien casos de esta patología y lograr que se interesen por el restaurante.
- Actualización y mejoras contantes frente al mercado y los productos alimenticios.

## Diseño del producto

### Ficha técnica del producto o servicio

Ficha técnica del producto / servicio
<b>A. Nombre del producto:</b> CRISMIL COMIDA SALUDABLE.
<b>B. Composición del producto:</b> En este lugar no se trabaja con productos congelados, fritos, ni que tengan grasas trans e incluso, tampoco se utilizan colorantes ni azúcares refinados, para endulzar empleamos estevia, panela o miel. Nuestra carta ofrece opciones bajas en azúcar para diabéticos e hipertensos. Otro de los propósitos es elaborar recetas de acuerdo con productos orgánicos, en cosecha y variados que estén aptos para nuestros comensales, así las cosas, podemos mezclar verduras, carnes, postres, frutos secos para el menú ir cambiando. A los vegetarianos, les recomienda probar el ceviche de mango o la sopa de zanahoria con ralladura de jengibre y limón. Como plato fuerte, el asado de tofu y hongos o la lasaña de lentejas. De postre, el caviar cremoso de tapioca, con salsa de maracuyá y moras, o el crumble de manzana, con helado vegano de coco y marañones. El restaurante también es un mercado gourmet, dispone de productos sostenibles para que lleve a casa.
<b>C. <u>Normas de Calidad</u></b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Resolución 2674 de 2013 la cual nos habla sobre los requisitos sanitarios y BPM</li><li>- <b><u>Lev 09 de 1979 Código Sanitario Nacional</u></b></li><li>- Resolución 666 de 2020 que habla del protocolo general de bioseguridad para mitigar, controlar y manejar el COVID-19.</li></ul>
<b>D. Presentaciones comerciales:</b> Contaremos con Almuerzos los cuales se presentarán en platos así: <b>Plato Para entrada:</b> la cual será para porciones pequeñas. <b>Plato para sopa:</b> todos los días tendremos una sopa distinta. <b>Plato para el menú principal:</b> Algunas veces tendremos plato o parrilla, o tabla para carnes. <b>Plato para postre:</b> Los diabéticos no tendrán porque preocuparse, pueden consumir con total confianza nuestros postres.  <b>COMBOS:</b>

**Tendremos un combo para los sábados por la noche compuesto de comida rápida preparada con alimentos saludables. O plato internacional acompañado de una bebida saludable**

**E.** Tipo de empaque: aunque la idea es que los comensales puedan consumir nuestra comida dentro del establecimiento, bajo las normas de higiene. Sin embargo, si desean el plato para llevar, manejaremos recipientes elaborados en icopor y bolsas de plástico con nuestro logo.

**F.** Material de empaque y publicidad: bolsas y cajas de cartón con todos los datos e imágenes de nuestra empresa, que se utilizara.

**G.** Condiciones de conservación:

Una de las mejores prácticas en restaurantes es dar un puntual seguimiento al funcionamiento de sus sistemas de enfriamiento y al almacenamiento de sus ingredientes.

Como es de suponer, no todos los alimentos se consumirán en cuanto lleguen al restaurante, ni siquiera en las siguientes horas. No mantenerlos a las temperaturas recomendables supondrá su rápido deterioro y, por tanto, un aumento de los riesgos sanitarios y pérdidas por los ingredientes que se deban desechar.

Verificar continuamente la temperatura del equipo de refrigeración o congelación, sobre todo después de un breve corte de energía eléctrica. En ningún caso debe haber superado los 4.4°C o los -18°C, respectivamente.

Guardar los alimentos cocinados de inmediato, ya sea aún calientes o después de enfriarlos rápidamente con hielo o mediante un baño de agua fría.

Cubrir los alimentos para que conserven su humedad y no adquieran olores ajenos.

Sellar los contenedores de carnes y productos del mar a fin de que los escurrimientos no contaminen al resto de los alimentos.

Utilizar compartimientos especiales para determinados tipos de alimentos, como quesos, frutas, verduras y carnes para alargar su periodo en buen estado

**H.** Vida útil estimada y garantía: 24 horas si los dejan al medio ambiente, en caso de congelar y lo ideal es no tener grandes desperdicios de comida, la cual se debe comer en el día a día.

**I.** – Porción recomendada:

Por persona tendremos las siguientes porciones:

# Mi planificador de plato

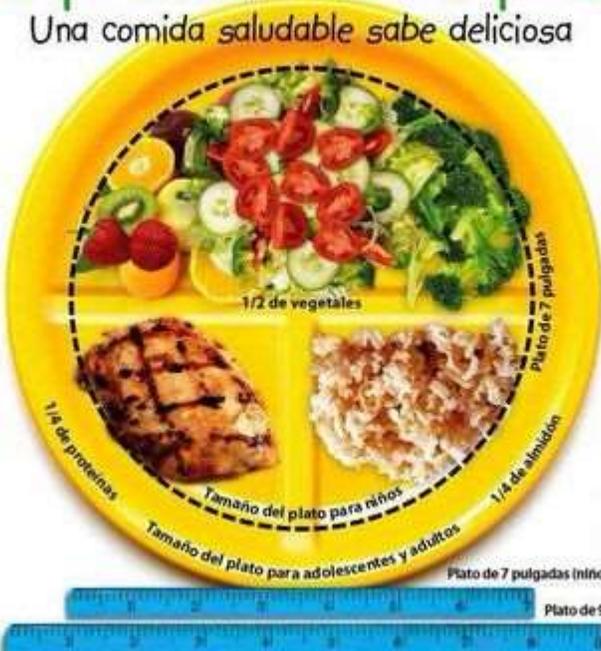
Una comida saludable sabe deliciosa



6 onzas  
leche de  
1% o sin grasa

El método del plato es una forma simple de aprender los tamaños de las porciones saludables. Solo divide el plato en 3 partes, la parte más grande para vegetales. Aviso para adultos que preparan comidas para niños más pequeños. Asegúrese de usar un plato más pequeño o servir porciones más pequeñas si usted es una familia de diferentes tamaños.

**NYC**



1/2 de vegetales

1/4 de proteínas

1/4 de almidón

Tamaño del plato para niños

Tamaño del plato para adolescentes y adultos

Plato de 7 pulgadas (niños)

Plato de 9 pulgadas (adultos)



Su mano le puede ayudar a medir la cantidad correcta de comida a consumir. Usar como guía: vea los tamaños.

-  Palma de la mano  
Cantidad de carne  
baja en grasa
-  Un pulgar  
Cantidad de arroz,  
papas cocinadas,  
o cereal
-  Un pulgar  
Cantidad de  
queso
-  La punta del pulgar  
Cantidad de  
mantequilla de maní

Nota para los adultos que preparan comidas para niños: Use la mano de su hijo(a) para medir los tamaños de las porciones.

**LEDAJE**

Quien elaboró: ANA MILENA YANQUEN

Quien revisó: CRISTIAN ALEXANDER LINARES

Quien aprobó

### **Ciclo de vida.**

Actualmente el proyecto está en fase de **INTRODUCCIÓN** ya que vamos a empezar a incursionar en el sector de la gastronomía. Se dará inicio con publicidad a través de diferentes medios tecnológicos, como las redes sociales. Nuestro proyecto se financiará con un crédito financiero y con aportes propios. Como complemento a esta fase del negocio, se tendrá en cuenta nuestros estudios, encuestas y plan de marketing.



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

## **Precio De Venta**

La idea de nuestro producto es que además de rico y saludable sea accesible tanto por ubicación como por precio. La finalidad de nuestro restaurante es el servicio a todas las personas, para esto nuestro precio de venta oscilará entre \$10.000 a \$25.000 pesos para que sea asequible a la economía de nuestros comensales.



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

## Costos de Producción

<b>COSTOS DE PRODUCCION</b>	
<b>COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA</b>	\$3.650.000
<b>COSTO TOTAL DE CIF</b> (Incluye arrendamiento, servicios públicos, impuestos, mantenimiento locativos, equipo y computo, gastos de publicidad)	\$2.700.000
<b>COSTO TOTAL DE MATERIALES</b>	\$2.000.000
<b>VENTA PRESUPUESTADA DE PLATOS AL DIA</b>	60 platos al día en promedio \$15.000 c/u
<b>COSTOS TOTALES</b>	\$8.350.000
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>	\$167.000

Elaboración: Autoría Propia.



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

## **Análisis de la rentabilidad económica**

Todos los negocios deben establecer una serie de variables que le indican la adecuada gestión de las operaciones de la empresa, esto es conocido como indicadores. Los indicadores son una cifra que normalmente nos ayuda a interpretar y comprender de una forma apropiada el comportamiento de la operación.

### **Indicadores de calidad.**

Algunos indicadores de calidad en nuestra idea de negocio son:

**Satisfacción del cliente**, esto se refleja en la recurrencia del cliente a nuestro negocio. El número de personas que padecen de diabetes o hipertensión, estas personas accederán a los alimentos ofrecidos que, por su alto contenido nutricional, contribuyen a sostener su requerimiento dietario.

**Platos vendidos**, De acuerdo con las ventas registradas por día, nuestra meta diaria será vender 60 platos.

**Servicio al cliente.** Como parte de la medición del servicio, se establecerá un buzón de sugerencias en el que el cliente pueda calificar el servicio para mantener el proceso de mejora continua. Además, todo nuestro personal en especial mesero y administrador tendrán capacitaciones continuas sobre el servicio y trato con los clientes.

**Higiene: CRISMIL**, tendrá y exigirá siempre las últimas actualizaciones de Buena Prácticas de manipulación de alimentos para todo su personal, y a su vez contará con las mejores instalaciones con adecuadas condiciones de salubridad en labores de limpieza en cada mesa, baños y espacios de uso común dentro del establecimiento, para el disfrute de los comensales.

## Prototipo



**CRISMIL LA MEJOR  
OPCION DE  
ALIMENTACION PARA  
PERSONAS  
HIPERTENSAS Y  
DIABETICAS**

**¡VISÍTANOS!**

Avda Primera de Mayo 10 bis - 29 sur  
301 - 555555  
<https://www.instagram.com/crismilrestaurante/>  
<https://www.facebook.com/crismil.comidasaludable>



Mercado de alimentos fresco y organico

## Modelo running lean- canvas

### CRISMIL

<b>Problema.</b>  Actualmente no hay opciones gastronómicas fuera de casa, en donde personas con estas patologías puedan degustar un plato saludable, sin afectar su organismo y que a la vez tenga variedad y sea asequible por ubicación y por precio.	<b>Solución:</b>  Características: 1. La población a la cual va enfocada (hipertensos y diabéticos). 2. Variedad de ingredientes, productos orgánicos y saludables. 3. Precio y ubicación asequibles para todo el segmento del mercado.	<b>Propuesta de Valor única.</b> CRISMIL propone como valor agregado: - Apoyo alimenticio para personas con dichas patologías -Tranquilidad y seguridad para cada persona al degustar nuestros platos con las medidas de seguridad. -Precios asequibles en el mercado respecto a la competencia -Ofrece un sitio tranquilo para compartir en familia. -Crear espacios dirigidos para esas personas en el sector alimenticio.	<b>Ventaja</b>  Los ingredientes utilizados para la preparación de nuestros platos, el ambiente familiar, precios justos y contribuir a mejorar los hábitos de consumo en nuestros comensales.	<b>Segmento de clientes.</b>  Personas con patología de hipertensión y diabetes, que busquen el balance entre una comida rica y a su vez saludable.
	<b>Métricas Clave:</b> - Identificar proveedores. - Capacitar al personal en BPM. - Elaborar nuestros platos con rapidez y calidad. - Llevar libro de sugerencias. - Fidelización de clientes. - Cumplimiento de los horarios de atención. - Enfoque en el servicio al cliente.		<b>Canales</b> 1. Redes sociales (Facebook, Instagram). 2. Publicidad impresa (volantes alrededor del negocio).	
<b>Estructura de costos</b> Costos Fijos: - Arriendo, servicios públicos, nomina, impuestos. Costos variables: - Mantenimiento, compra materia prima, publicidad.		<b>Fuentes de ingresos</b> Nuestros ingresos serán por las ventas de nuestros platos, cuyos precios oscilarán entre \$10.000 a \$25.000. La forma de pago puede ser en efectivo o con tarjetas débito o crédito.		

**Figura # 10 elaboración CRISMIL**

## **Investigación de mercado**

Para poner en marcha el plan de negocios de la creación de un restaurante de comida saludable para personas que sufran de hipertensión y diabetes, es necesario realizar una investigación para conocer la situación actual del mercado y contar con la suficiente información para la toma de decisiones.

### **Objetivo de la investigación**

El objetivo general de esta investigación será conocer las preferencias, los hábitos de consumo y el poder adquisitivo de las personas, y con base en la información recolectada, tomar las decisiones necesarias para conforma una nueva idea de negocio en el sector de los restaurantes a base de comida saludable.

Para llevar a cabo la recolección de la información, realizaremos una encuesta estructurada para obtener datos de forma cuantitativa, sobre el rango de la población seleccionada y su percepción acerca de nuestra idea de negocio.

### ***Población y Muestra.***

Está constituida por personas del común, transeúntes del sector suroriente de la ciudad, sobre la Avenida Primera de Mayo con carrera 10 y sectores aledaños, rodeado de Hospitales y unidades de atención de Salud, por ser la ubicación elegida para nuestro negocio.

## Tamaño de muestra.

Para determinar el tamaño de la muestra, es decir, el número de encuestas que se realizaron se tomó en cuenta la siguiente información:

- El mercado objetivo, el cual estuvo conformado por hombres y mujeres de 10 hasta mayores de 60 años, la cual estuvo conformada por una población de 300 personas.
- Un nivel de confianza de 95% y un grado de error de 5% en la fórmula de la muestra.

Aplicando la fórmula de la muestra tenemos:

aunque no se cuenta con información estadística relevante para nuestro estudio, realizaremos la siguiente fórmula para el cálculo de la muestra indicando:

n = el tamaño de la muestra.

N= tamaño de la población

Grado de error: cuando no tiene su valor, se usa generalmente un valor constante de 0.5.

Z= Valor obtenido mediante niveles de confianza Es un valor constante que si no se tiene se toma en relación con el 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual).

e= límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

Sustituyendo los datos para

realizar la ecuación tenemos:

$$n = \frac{(Z^2 pqN)}{(Ne^2 + Z^2 pq)}$$

- Nivel de confianza (Z) = 1.96
- Grado de error (e) = 0.05
- Universo (N) = 300
- Probabilidad de ocurrencia (P) = 0.5
- Probabilidad de no ocurrencia (Q) = 0.5

$$n = ((1.96)^2(0.5)(0.5)(300)) / ((300)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5))$$

$$n = ((3.84)(0.25)(300)) / ((300)(0.0025) + (3.84)(0.25))$$

$$n = 288 / 0,75 + 0,96$$

$$n = 288 / 1,71$$

$$n = 168$$

Recopilación de datos

Para la recopilación de datos se aplicarán 168 encuestas a personas que residen, trabajan y realizan gestiones de forma regular en el sector de la Avenida Primera de mayo con carrera décima en la ciudad de Bogotá.

## Tabulación y análisis de la información.

### CUESTIONARIO.

1. ¿Qué edad tiene?
  - a. Entre 10 a 20 años-
  - b. Entre 21 a 40 años-
  - c. Entre 41 a 60 años-
  - d. Mas de 61 años.
  
2. Sufre o tiene alguna persona cercana que sufra de alguna de estas enfermedades:
  - a. Diabetes.
  - b. Hipertensión.
  - c. No sabe.
  - d. No sufre de ninguna enfermedad.
  
3. ¿Usted tiene hábitos de comida saludable?
  - a. Si
  - b. No
  - c. A veces
  
4. En caso de sufrir diabetes o hipertensión, en los controles médicos, ¿le recomiendan alguna dieta en especial y usted la cumple?
  - a. Si me recomiendan y si la cumpla
  - b. Si me recomiendan y no la cumpla
  - c. No me recomiendan ninguna dieta.
  - d. No sufro ninguna de estas enfermedades.
  
5. ¿Conoce algún restaurante cuyo menú se enfoque a la población hipertensa o diabética?
  - a. Si
  - b. No.

6. ¿Le gustaría tener cerca a su casa o sitio de trabajo un restaurante con este enfoque?
- Si
  - No.
7. ¿Con que frecuencia sale a comer en restaurantes?
- Todos los días.
  - Nunca
  - Una o dos veces por semana.
  - Una vez al mes.
8. ¿Cuál(es) de las siguientes características usted considera relevante al momento de ir a un restaurante?
- Ubicación
  - Servicio al cliente
  - Higiene
  - Ambiente
  - Precio
  - Todas las anteriores.
9. ¿Cuál es su presupuesto a la hora de comer?
- Entre \$5.000 a \$15.000
  - Entre \$16.000 a \$30.000
  - Entre \$31.000 a \$50.000
  - Mas de \$50.000

## Tabulaciones.

### Pregunta 1.

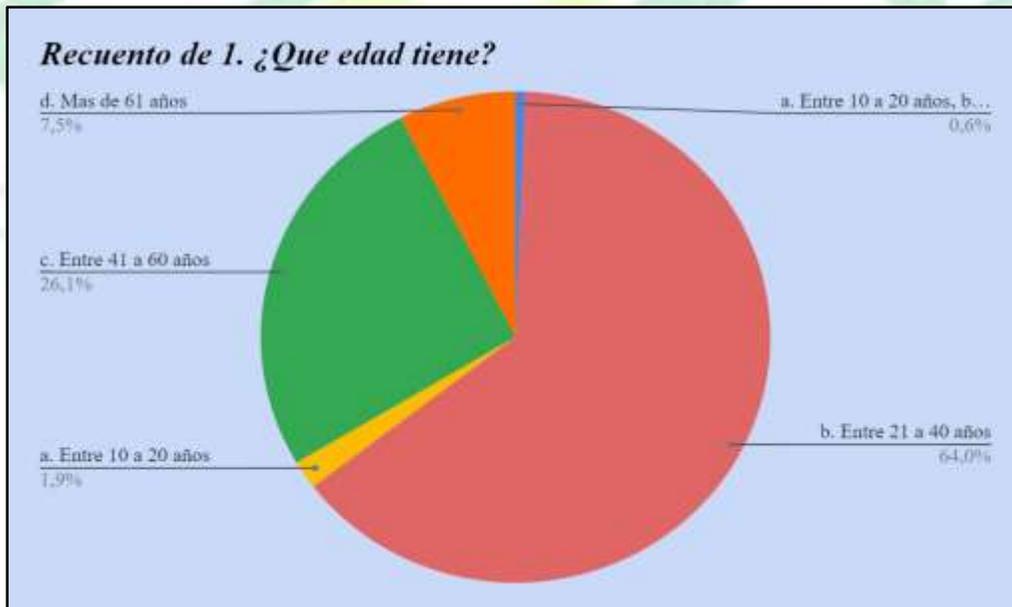
#### ¿Qué edad tiene?

**Tabla. 3.1** Rango de edad.

<i>1. ¿Qué edad tiene?</i>	
a. Entre 10 a 20 años	3
b. Entre 21 a 40 años	103
c. Entre 41 a 60 años	42
d. Mas de 61 años	12
<b>Suma total</b>	<b>161</b>

Elaborado: Autoría propia

**Gráfico Nro. 3.1** Qué edad tiene.



Elaborado: Autoría Propia.

#### Análisis.

De acuerdo con la tabla 3.1 y el gráfico 3.1 vemos que el rango de edad de la población que más predomina en nuestra encuesta está comprendido entre los 21 a 40 años, luego tenemos un 26.1% que corresponden a personas entre los 41 a 60 años, seguido por

mayores de 61 años con un porcentaje de participación de 7.5%, le siguen las personas cuyo rango esta entre los 10 a 20 años con un 1.9% y finaliza las personas con un rango de edad de 10 a 20 años con un 0.6% dentro de la encuesta.



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

## Pregunta 2.

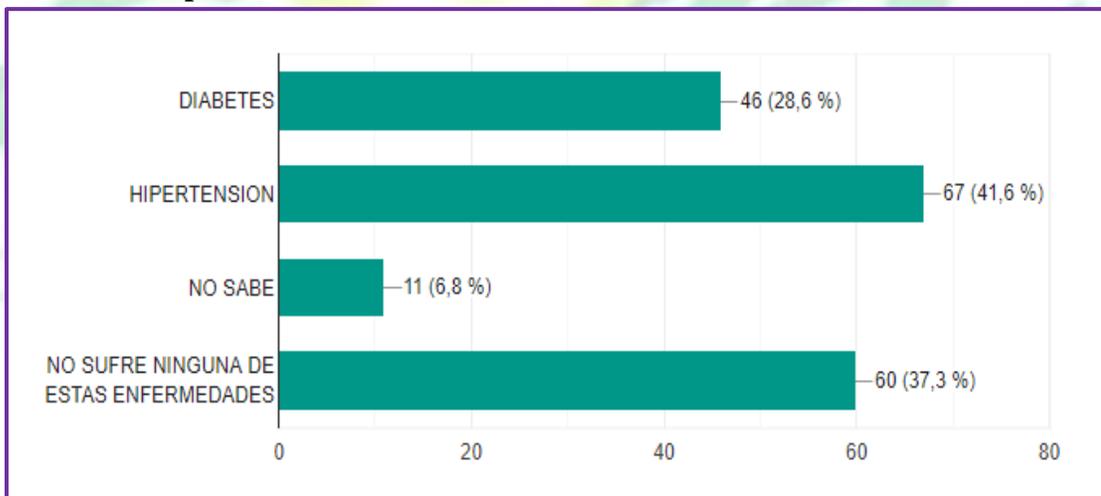
¿Sufre o tiene alguna persona cercana que sufra de alguna de estas enfermedades?

Tabla 3.2 Tipos de enfermedades.

2. ¿Sufre o algún familiar padece de alguna de estas enfermedades?	?
DIABETES	46
HIPERTENSION	67
NO SABE	11
NO SUFRE NINGUNA DE ESTAS ENFERMEDADES	60
<b>Suma total</b>	<b>161</b>

Elaborado: Autoría propia.

Gráfico 3.2 tipos de enfermedades.



Elaborado: Autoría propia

### Análisis.

De acuerdo con la tabla 3.2. y al gráfico 3.2 que corresponden a las enfermedades diabetes e hipertensión, encontramos que el 41,6% de la población encuestada (67 personas) sufre o padece hipertensión, el 28,6% sufre de diabetes (46 personas), el 37,3% no sufre ninguna de estas dos enfermedades y 11 personas (6,8%) de la encuesta, no sabe si tiene alguna de estas enfermedades.

### Pregunta 3.

¿Usted tiene hábitos de comida saludable?

Tabla 3.3 Tiene hábitos de comida saludable.

3. ¿Usted tiene hábitos de comida saludable?	
A VECES	81
NO	33
SI	47
<b>Suma total</b>	<b>161</b>

Elaborado: Autoría propia.

Gráfico 3.3.  
hábitos de  
saludable.



Tiene  
comida

Elaborado: Autoría propia

#### Análisis.

De acuerdo con la tabla 3.3. y al gráfico 3.3 sobre los hábitos de comida saludable que tienen las personas encuestadas, el 50,3% contestó que A VECES manejan hábitos saludables, el 29,2% contestó que SI tienen hábitos saludables mientras que el 20,5% indicó que NO tienen ningún hábito saludable.

#### Pregunta 4.

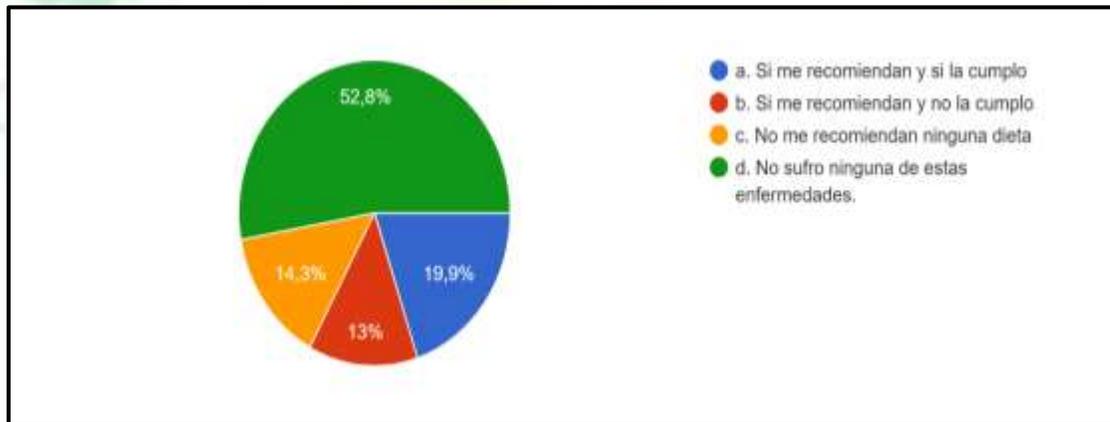
**En caso de sufrir diabetes o hipertensión, en los controles médicos, ¿le recomiendan alguna dieta en especial y usted la cumple?**

**Tabla 3.4 Recomendaciones en su dieta.**

<i>4. En caso de sufrir diabetes o hipertensión, en los controles médicos, ¿le recomiendan alguna dieta en especial y usted la cumple?</i>	
a. Si me recomiendan y si la cumplo	32
b. Si me recomiendan y no la cumplo	21
c. No me recomiendan ninguna dieta	23
d. No sufro ninguna de estas enfermedades.	85
<b>Suma total</b>	<b>161</b>

Elaborado: Autoría propia

**Gráfico 3.4 En caso de sufrir diabetes o hipertensión, en los controles médicos, ¿le recomiendan alguna dieta en especial y usted la cumple.**



Elaborado: Autoría propia

#### **Análisis.**

De acuerdo con la tabla 3.4 y al gráfico 3.4 tenemos que el 52,8 % no sufre ninguna de estas enfermedades por ende no tienen ninguna dieta en especial, el 19,9% si les recomiendan y si cumplen la dieta, el 14.3% no le recomiendan ninguna dieta a pesar de

tener la enfermedad y en el menor rango tenemos el 13% donde si le recomiendan y no cumple la dieta.



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

**Pregunta 5.**

**¿Conoce algún restaurante cuyo menú se enfoque a la población hipertensa o diabética?**

**Tabla 3.5**

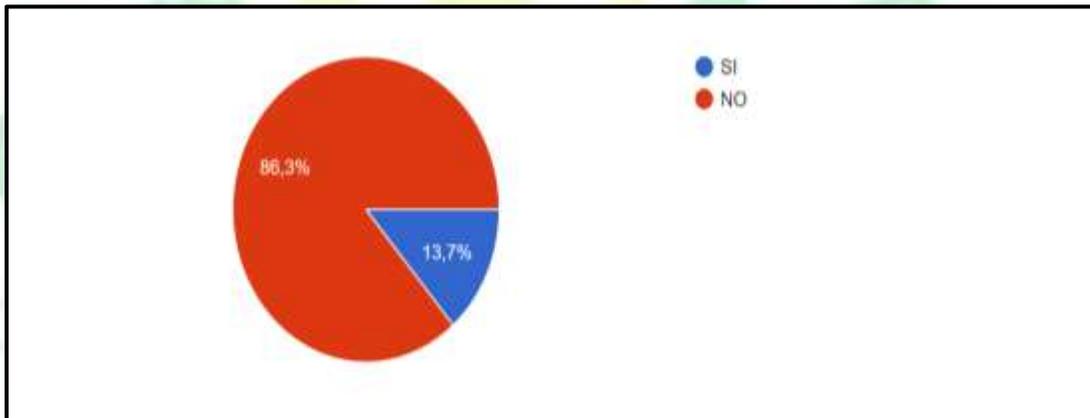
**Conoce algún restaurante enfocado a la población hipertensa o diabética.**

<i>5. ¿Conoce algún restaurante cuyo menú se enfoque a la población hipertensa o diabética?</i>	
NO	139
SI	22
<b>Suma total</b>	<b>161</b>

Elaborado: Autoría propia

**Gráfico 3.5**

**Conoce algún restaurante enfocado a la población hipertensa o diabética.**



Elaborado: Autoría propia

**Análisis.**

De acuerdo con la tabla 3.5 y al gráfico 3.5 encontramos que el 86.3% no conocen ningún restaurante enfocado a la población hipertensa y diabética y solo el 13.7% Si conoce algún restaurante con esta temática.

**Pregunta 6.**

**¿Le gustaría tener cerca a su casa o sitio de trabajo un restaurante con este enfoque?**

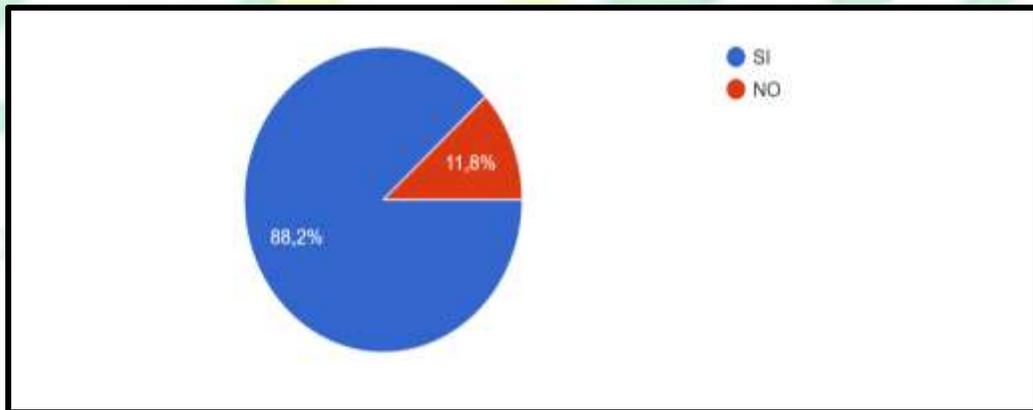
**Tabla 3.6.**

6. ¿Le gustaría tener cerca a su casa o sitio de trabajo un restaurante con este enfoque?	
NO	19
SI	142
<b>Suma total</b>	<b>161</b>

Elaborado: Autoría propia

**Gráfico 3.6**

**Le gustaría tener cerca a su casa o sitio de trabajo un restaurante con este enfoque.**



Elaborado: Autoría propia

**Análisis.**

De acuerdo con la tabla 3.6 y la gráfica 3.6, el 88.2% de las personas les gustaría tener cerca a su casa o sitio de trabajo, un restaurante enfocado para personas hipertensas y diabéticas, mientras que el 11.8% indicó que NO les gustaría tener cerca de su casa o sitio de trabajo, un restaurante con este enfoque.

Pregunta 7.

**¿Con que frecuencia sale a comer en restaurantes?**

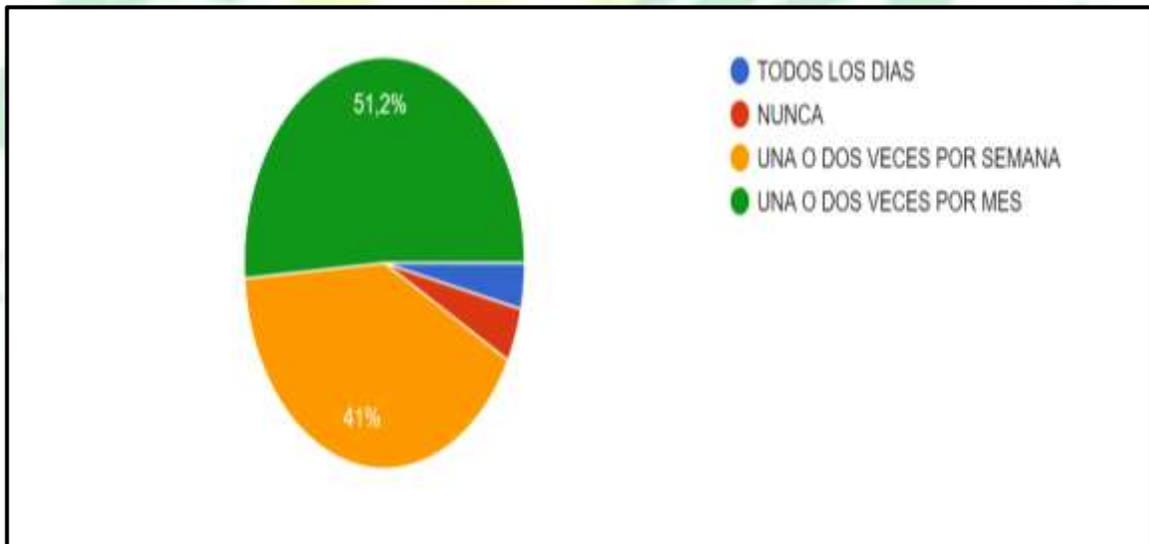
**Tabla 3.7 Frecuencia de salidas a comer en restaurantes.**

7. ¿Con que frecuencia sale a comer en restaurantes?	
NUNCA	7
TODOS LOS DIAS	6
UNA O DOS VECES POR MES	84
UNA O DOS VECES POR SEMANA	64
<b>Suma total</b>	<b>161</b>

Elaborado: Autoría propia

**Gráfico 3.7**

**Frecuencia de salidas a comer en restaurantes.**



Elaborado: Autoría propia

**Análisis.**

De acuerdo con la tabla 3.7 y el gráfico 3.7, el 51,2% de las personas encuestadas frecuentan los restaurantes una o dos veces por mes, el 41% una o dos veces por semana, mientras que el 4,2% nunca sale a un restaurante y el 3,6% todos los días utilizan este servicio.

**Pregunta 8.**

**8 ¿Cuál(es) de las siguientes características usted considera relevante al momento de ir a un restaurante?**

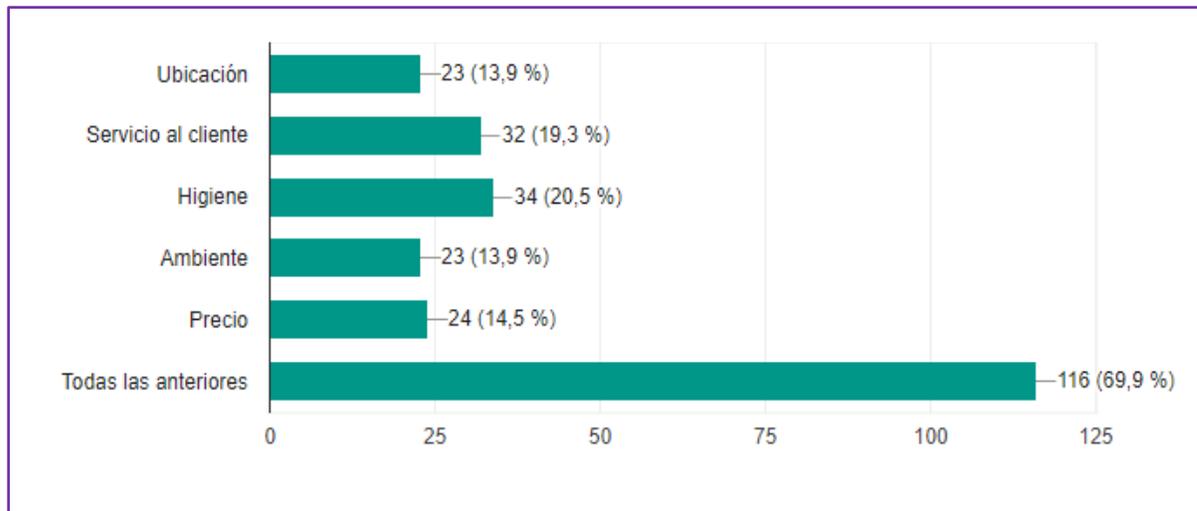
**Tabla 3.8 Características relevantes al momento de ir a comer en un restaurante.**

<i>8. ¿Cuál(es) de las siguientes características usted considera relevante al momento de ir a un restaurante?</i>	
Ambiente	5
Higiene	9
Higiene, Precio	2
Precio	4
Servicio al cliente	7
Servicio al cliente, Ambiente	1
Servicio al cliente, Higiene	1
Servicio al cliente, Higiene, Ambiente	2
Servicio al cliente, Higiene, Ambiente, Precio	2
Servicio al cliente, Higiene, Precio	3
Servicio al cliente, Precio	1
Todas las anteriores	106
Ubicación, Higiene	1
Ubicación, Higiene, Ambiente	2
Ubicación, Servicio al cliente	2
Ubicación, Servicio al cliente, Higiene	1
Ubicación, Servicio al cliente, Higiene, Ambiente, Precio	2
Ubicación, Servicio al cliente, Higiene, Ambiente, Precio, Todas las anteriores	9
Ubicación, Servicio al cliente, Precio	1
<b>Suma total</b>	<b>161</b>

Elaborado: Autoría propia

**Gráfico 3.8**

**Características relevantes al momento de ir a comer en un restaurante.**



Elaborado: Autoría propia

**Análisis.**

De acuerdo con la tabla 3.8 y el gráfico 3.8, el 69.9% consideran relevantes la ubicación, servicio al cliente, higiene, ambiente y precio, como todas las características al momento de ir a comer a un restaurante, mientras que la característica HIGIENE, el 20.5% de los encuestados, la considera como único factor importante.

La característica SERVICIO AL CLIENTE, el 19.3% de las personas, la considera como único factor, en cambio UBICACION Y AMBIENTE, tienen la misma cantidad de votos con un 13,9% a favor y la característica PRECIO, tiene un 14,5% de encuestados, la considera como factor relevante.

**Pregunta 9.**

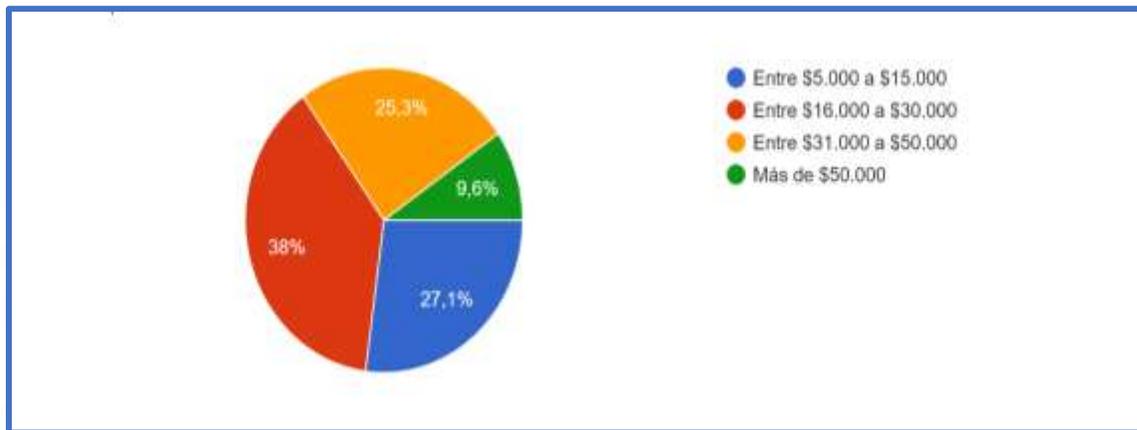
**¿Cuál es su presupuesto a la hora de comer?**

**Tabla 3.9 Presupuesto a la hora de comer en restaurantes.**

<i>9. Cual es su presupuesto a la hora de comer</i>	
Entre \$16.000 a \$30.000	63
Entre \$31.000 a \$50.000	42
Entre \$5.000 a \$15.000	45
Más de \$50.000	11
<b>Suma total</b>	<b>161</b>

Elaborado: Autoría propia

**Gráfico 3.9 Presupuesto a la hora de comer en restaurantes.**



Elaborado: Autoría propia

**Análisis.**

De acuerdo con la tabla 3.9 y el gráfico 3.9, se puede determinar que el 38% de las personas encuestadas, destinan un presupuesto entre \$16.000 a \$30.000 para comer en restaurantes, el 27.1% destinan entre \$5.000 a \$15.000 para este gasto, el 25.3% destinan entre \$31.000 a \$50.000 y solo un 9.6% invierten mas de \$50.000 a la hora de ir a comer en restaurantes.

## Conclusiones

1. En nuestra sociedad, hay gran variedad de mercados gastronómicos y se puede evidenciar la necesidad para la comunidad hipertensa y diabética de un sitio donde puedan consumir productos saludables y balanceados que no afecten su salud, los cuales algunas veces por la característica, sabor o presentación, no tienen gran acogida entre las personas a precios económicos, cercano a su sitio de vivienda y lugar de trabajo, según la investigación de mercado realizada.
2. El resultado que se obtuvo con la investigación de mercado es que a pesar de que un segmento si le indican una dieta y la cumplen, es muy pequeño frente al total de la muestra, lo que demuestra que falta reforzar hábitos saludables de alimentación. Esta cifra podría ser más alta si las personas siguieran las recomendaciones de sus médicos tratantes a la hora de comer y dejaran de atribuir la culpa a otros factores como ejemplo la falta de tiempo, presupuesto, mala calidad de los alimentos, higiene, ubicación o falta de conocimiento de ofertas gastronómicas saludables en la ciudad como CRISMIL.
3. Al existir restaurantes con este enfoque saludable, se contribuye al bienestar físico, social y emocional, a través de una alimentación sana, se evidenciaría a largo plazo una mejora en la calidad de vida del individuo al no tener dependencia de fármacos, evitar riesgos que deriven en urgencias entre otros panoramas. Consideramos que un aliciente para esas enfermedades radica en una dieta balanceada, asequible en presupuesto y combinación de sabores, ejercicio y controles médicos.

## **Recomendaciones**

1. Se recomienda ejecutar y llevar a término el proyecto CRISMIL.
2. Expandir la idea de negocio a otros sectores de la ciudad y por ende, a nuevas clases de consumidores, convirtiendo la idea de negocio, en algo integral y saludable para las personas.



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

## Bibliografía

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

<https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-Lacteo-de-Bogota-Region/Noticias/2016/Abril-2016/Conozca-los-requisitos-para-abrir-un-nuevo-negocio.>

<https://www.sanmarcos1943.com/>

<https://www.philippe.com.co/>

<http://www.quinuayamaranto.com.co/bienvenidos>

<http://autorregulacion.saludcapital.gov.co/restaurantes.>

<https://co.pinterest.com/pin/367887863283362449/>

Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior