



**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE
SUMINISTRE ALIMENTOS SANOS Y BALANCEADOS PARA PERSONAS
OBESAS Y CON PROBLEMAS GENERADOS A CAUSA DE UNA MALA
ALIMENTACIÓN EN LOS ESTRATOS 4, 5 Y 6 DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ
D.C.**

DIANA LOZANO MOLINA

JOHANNA MARCELA MONTAÑEZ CRUZ

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICA Y ADMINISTRATIVAS

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ D.C

Tabla De Contenido

INTRODUCCIÓN.....	2
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
ANTECEDENTES	3
OBJETIVOS DEL NEGOCIO.....	3
Objetivos Generales:.....	3
Objetivos Específicos:	4
1. PLAN COMERCIAL	4
1.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	4
Mercado Objetivo	4
Tamaño de la muestra.....	4
1.2 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	5
1.3 PRODUCTOS SUSTITUTIVOS Y COMPLEMENTARIOS.....	6
Sin embargo la Clínica Rangel Pereira brinda este servicio como parte supletoria de sus otros servicios que si van enfocados a tratamientos estéticos.	6
1.3.1 Competitividad	6
1.4 PROPUESTA DE VALOR	6
1.5 PROYECCION DE VENTAS.....	6
Gráfico N° 1. Proyección de ventas en unidades año 1	7
Gráfico N° 2. Proyección de ventas en pesos año 2	7
Gráfico N° 3. Proyección de ventas en unidades año 2.....	7
Gráfico N° 4. Proyección de ventas en pesos año 2	8
Gráfico N° 6. Proyección de ventas en pesos año 3	8
Tabla N1. Proyección de ventas año 1 a año 3	9
2. SISTEMA DE NEGOCIOS Y ORGANIZACIÓN.....	9
2.1 POLITICAS COMERCIALES.	9
2.2 MICRO LOCALIZACIÓN	9
2.3 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO.....	10
Tabla N° 2. Menú.....	10
Fuente: Las Autoras.....	11
2.4 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE NEGOCIO.....	11
Tabla N° 3. Descripción del proceso del negocio	11
2.5 PLAN DE PRODUCCIÓN	12
2.6 PLAN DE COMPRAS.	12
Tabla N° 4. Plan de compras	12
2.7 ORGANISMO DE APOYO.....	13
2.8 ORGANIZACIÓN ASPECTOS LEGALES.....	13

2.9 PROPUESTA DE VALOR	13
2.10 OBJETIVOS	14
Financiero:	14
Clientes:	14
Proceso internos:	14
Crecimiento y desarrollo:	14
2.11 FACTORES CRITICOS DE EXITO	14
3. FINANCIACIÓN	14
3.1 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO.....	14
3.2 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS	15
Tabla N° 5. Necesidades y requerimientos	15
3.3 FLUJO DE CAJA.....	18
4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	20
Tabla N° 6. Estructura organizacional	20
Gráfico N° 6. Proyección de ventas en pesos año 3	21
5. POLÍTICAS DE REMUNERACIÓN	21
6. RECLUTAMIENTO	22
8. SISTEMAS DE INFORMACIÓN.	22
9. RESUMEN EJECUTIVO	22
Misión:.....	22
Visión:	22
10. BIBLIOGRAFÍA	24

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como propósito, proponer como tema de trabajo de grado un “Plan de negocios para la creación de una empresa que suministre alimentos sanos y balanceados para personas obesas y con problemas generados a causa de una mala alimentación en los estratos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bogotá D.C”, con el mismo, se pretende cumplir con los requisitos necesarios para ser aceptado como el tema a ser desarrollado en la asignatura Trabajo de Grado II y obtener el título de Administrador de Empresas en la Pontificia Universidad Javeriana.

Capítulo I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

ANTECEDENTES

La mala alimentación se ha convertido a través de los años en uno de los principales generadores de enfermedades y es uno de los causales de mortalidad en el mundo, debido a los inadecuados hábitos de alimenticios que pueden deberse a diferentes factores: Las condiciones geográficas donde crece la persona; es decir de la agricultura y productos alimenticios que producen en esa zona y a los cuales las personas tienen acceso. La cultura, costumbres que hacen referencia a la crianza de una persona en su forma de alimentarse. El nivel económico que se refiere al poder de adquisición que tiene un individuo para satisfacer sus necesidades básicas, entre ellas la alimentación. Posición socioeconómica, depende el nivel social al que pertenece una persona, se hace referencia porque aunque una persona tenga un nivel adquisitivo alto para tener un hábito de alimentación balanceada, no ha sido educado adecuadamente para alimentarse de una manera saludable; el nivel socioeconómico es muy influyente en este tema porque culturalmente (generalmente Latinoamérica) según el nivel social de cada persona el grupo de alimentos varía.

La obesidad es una condición que en los últimos años ha expuesto un enorme incremento en todos los grupos de edad de la población tomando consideraciones epidémicas. A su vez, esta no solo resulta como una patología asociada al deterioro de las capacidades funcionales y por consiguiente de la calidad de vida de los individuos si no que está íntimamente relacionada con el incremento de desarrollo de enfermedades como la Diabetes, ciertos tipos de Cáncer y enfermedades cardiovasculares que en Colombia representan la primera causa de mortalidad de los adultos.

Es por esto que la salud se ha convertido en los últimos años en un tema de gran importancia para las sociedades, la gente ha ido mejorando sus hábitos alimenticios por que se ha tomado conciencia de que una mala alimentación es causa de múltiples enfermedades.

Los gobiernos de muchos países se han interesado en crear estrategias y planes de apoyo para promover la buena alimentación. En Colombia existen entidades que difunden información sobre cómo nutrirse correctamente y las consecuencias de no hacerlo de la manera adecuada, con el fin de guiar a la sociedad para disminuir el índice de desnutrición y de mortalidad a causa de la mala alimentación.

Inicialmente se creía que la gordura era sinónimo de buena alimentación, pero a través de los años se ha cambiado esa mentalidad, es por esto que la gente ha acudido a tener una dieta balanceada en su diario vivir y no solo por su salud sino por tener una figura estética, que agrade y encaje en la sociedad, aunque los medios han tenido gran influencia creando una ideal de figura humana perfecta que todo el mundo desea tener, por esta razón acuden a dietas pocos saludables que son generadoras de enfermedades que pueden llegar a ser mortales, como las más conocidas hoy en día la anorexia y bulimia.

OBJETIVOS DEL NEGOCIO.

Objetivos Generales:

- Posicionar la marca como una empresa líder a nivel nacional, a través de organización con los más altos estándares de calidad y servicio personalizado.

- Crear soluciones en alimentación que permita prevenir las consecuencias a nivel salud a causa de la mala alimentación.
- Cambiar el concepto de que la idea de una sana y balanceada alimentación siempre significa sacrificar sabor, alegría, tendencias y la idea de que la comida sana es aburrida.

Objetivos Específicos:

- Lograr una participación en el mercado objetivo del 60% durante el primer semestre del año en que empiece a funcionar la empresa.
- Obtener una rentabilidad del 25% o más durante el primer semestre.
- Captar la mayor cantidad de mercado objetivo por medio de distintas estrategias de mercadeo.
- Ser 100% eficientes en la entrega del producto.
- Crear productos de alta calidad y con excelente presentación y sabor
- Ser creativos con los menús propuestos a los clientes
- Proporcionar nuevos sabores y tendencias en cada dieta.

Capítulo II

1. PLAN COMERCIAL

1.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Mercado Objetivo

El mercado objetivo son personas de los estratos socioeconómicos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bogotá D.C., que padezcan de enfermedades que necesiten de una dieta balanceada para ser reguladas. El tamaño total del mercado es de 829.853

Tamaño de la muestra.

Para determinar el tamaño de la muestra, se tomó en cuenta la siguiente información: el mercado objetivo, el cual estuvo conformado por hombre y mujeres que pertenecen a los estratos 4,5,6 de la ciudad de Bogotá, la cual está conformada por una población de 829.853 personas, según fuentes estadísticas externas.

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:

$$n = (Z^2pqN) / (Ne^2 + Z^2pq)$$

Nivel de confianza (Z) = 1.96

Grado de error (e) = 0.05

Universo (N) =8.822

Probabilidad de ocurrencia (P) = 0.5

Probabilidad de no ocurrencia (Q) = 0.5

$$n = ((196)^2 (0.5) (0.5) (8.822)) / ((8.822) (0.05)^2 + (196)^2 (0.5) (0.5))$$

$$n = 796990.81 / 2075.68894$$

n = 16,5463647 (Se deben realizar mínimo 16 encuestas para la muestra)

1.2 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

La principal competencia es La Clínica Rangel Pereira que está Ubicada en la Av. 15 N° 95-96 en la ciudad de Bogotá, “La Clínica Rangel Pereira es una empresa especializada desde hace más de 20 años en el mejoramiento de la calidad de vida del ser humano, a través de programas médicos, personalizados e integrales a nivel físico, mental, emocional y espiritual”¹.

La clínica Rangel cuenta con un programa que se llama Alimentarse Inteligente que hace referencia a un sistema práctico educativo para lograr que todas las personas aprendan a manejar adecuadamente los alimentos para toda la vida y se mantengan en armonía con su salud y belleza.

Como complemento al programa manejan talleres teóricos prácticos en los cuales se manejan conceptos como la autoestima, la importancia del cuidado temporal y el manejo de cada uno de los grupos alimenticios, con el fin de enseñarles el conocimiento y las herramientas para el manejo de una buena alimentación de por vida.

Al igual la clínica Rangel pone a disposición de todos sus clientes el único comedor educativo del país, en donde las personas toman su almuerzo y reciben charlas informativas con especialistas sobre la alimentación.

Aunque la Clínica Rangel Pereira brinde el servicio de alimentación sana por medio del programa Alimentarse Inteligente, este no es su principal enfoque, pues esta clínica según por la información que se puede ver en la página va focalizado en la estética de las personas, la mayoría de sus tratamientos van en cómo mejorar una figura y en como adelgazar, no en la prevención de enfermedades a causa de una mala alimentación, aunque en algunas partes lo mencionen. Al igual que tiene grandes falencias por qué no especifican como se puede tomar este servicio y que costos tiene.

Como competencia directa y registrada en la cámara de comercio estaba la clínica Rangel de Pereira pero en los últimos días se ha escuchado en la radio de una nueva empresa que está prestando el mismo servicio de alimentación balanceada a domicilio, al hacer las respectivas investigaciones se encontró que “Alimentación Saludable a domicilio es un programa que busca facilitar la vida de las personas por medio de su alimentación, ofreciendo programas nutricionales según sus necesidades; Nadie sube peso porque así lo desee sino porque no se encuentran facilidades a la hora de comer saludablemente”.²

¹ www.clinicarangelpereira.com

² http://www.alimentacionsaludableadomicilio.com/joomla/index.php?option=com_content&view=section&layout=blog&id=4&Itemid=9

Como su nombre lo indica es una empresa de alimentación saludable que solo presta su servicio a domicilio al igual el principal compromiso de esta es brindar bienestar y calidad de vida usando la alimentación como vehículo idea.

1.3 PRODUCTOS SUSTITUTIVOS Y COMPLEMENTARIOS

Según con las investigaciones que se han hecho para identificar la competencia y la visita que se realizó a diferentes entidades como es Cámara de Comercio la única empresa que presta servicios similares a los que tiene como fundamental objetivo Comida Sana Vida Sana Delivery es la Clínica Rangel Pereira que antes mencionamos.

Sin embargo la Clínica Rangel Pereira brinda este servicio como parte supletoria de sus otros servicios que si van enfocados a tratamientos estéticos.

1.3.1 Competitividad

La ventaja será la focalización a diversos grupos en la sociedad que requieran de la prestación de este servicio esto se puede hacer por medio de alianzas estratégicas con entidades que trabajen con personas que tengan problemas de salud como lo es gorditos de corazón.

Al igual se marcara una diferenciación en cuanto el enfoque de la organización al Delivery de Comida Sana Vida sana, este servicio por entrada marca competitividad con respecto a la competencia, debido a que el producto meta es preparar alimentos balanceados para llevárselos a las personas al lugar deseado, ya sea trabajo, hogar, gimnasio etc.

Si se quiere tener una alta aceptación, toca difundir información del servicio en diferentes partes, muchas veces el éxito de un producto está en su publicidad y el darse a conocer frente a los usuarios, de eso depende el éxito de las cosas, de satisfacer esas necesidades y crear servicios o productos en donde la gente sentía falencias, o imponer un servicio o producto que era inexistente.

1.4 PROPUESTA DE VALOR

La cuota diferenciadora de comida sana vida sana es que presta un servicio completamente personalizado donde se atienden las necesidades requeridas por cada individuo, destacándose por su servicio y la alta calidad en sus productos. También es importante mencionar que su servicio se brinda con el fin de optimizar el tiempo de las personas entregando el producto donde el cliente lo requiera.

Es una idea innovadora con un nivel de competencia bajo, que tiene como fin cambiar el hábito alimenticio de personas que consideran que las dietas son desagradables para el paladar y que con esta no se puede disfrutar de una buena comida.

1.5 PROYECCION DE VENTAS

La proyección de ventas estará distribuida de la siguiente manera según los gastos fijos durante los 3 primeros años. Teniendo en cuenta que la inversión inicial es de \$110.709.370,00 y los gastos fijos de arriendo, nomina, servicios y compra de materia primas es de aproximadamente \$ 15.000.000. Se inicia con 90 clientes que adquirirán un paquete mensual por un precio de \$300.000.

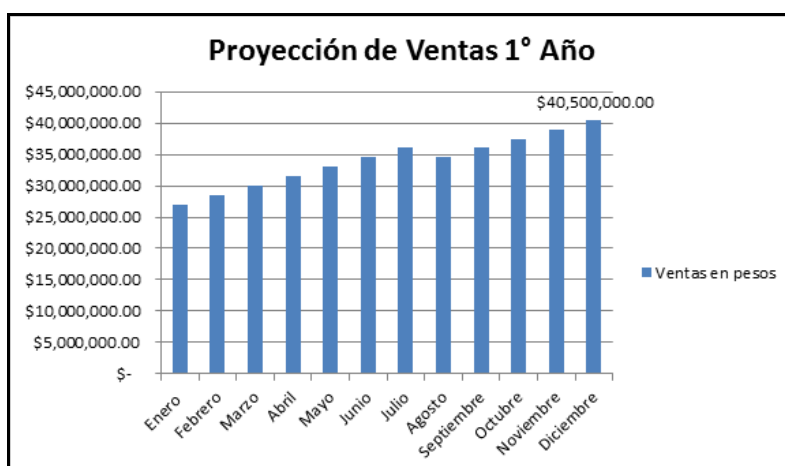
Se estipula este precio según los resultados obtenidos en la investigación de mercados, la cual mostro que los consumidores están dispuestos a pagar este valor por un servicio que incluye los almuerzos de los días hábiles del mes y la valoración inicial con el nutricionista. Se espera que mensualmente se incremente cinco (5) clientes para finalizar el mes de diciembre vendiendo 135 paquetes, con las diferentes variaciones que se puedan tener según el comportamiento del mercado.

Gráfico N° 1. Proyección de ventas en unidades año 1



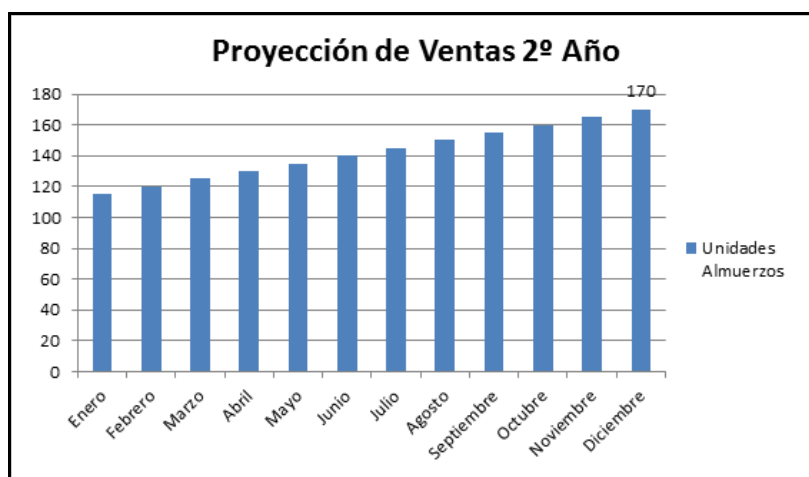
Fuente: Las Autoras

Gráfico N° 2. Proyección de ventas en pesos año 2



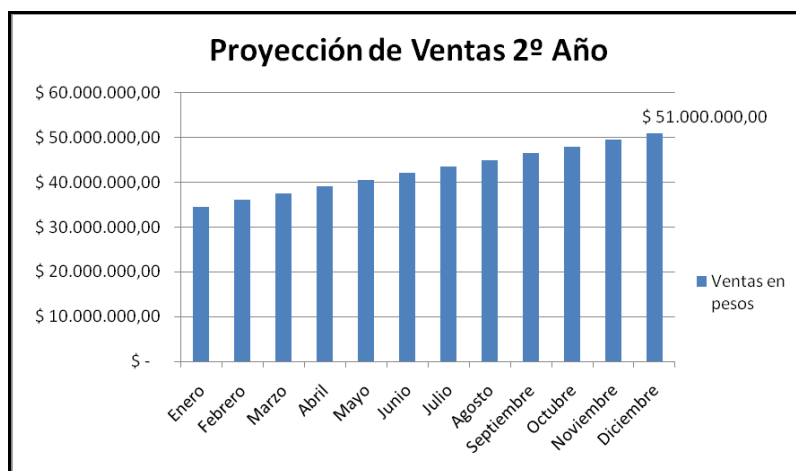
Fuente: Las Autoras

Gráfico N° 3. Proyección de ventas en unidades año 2



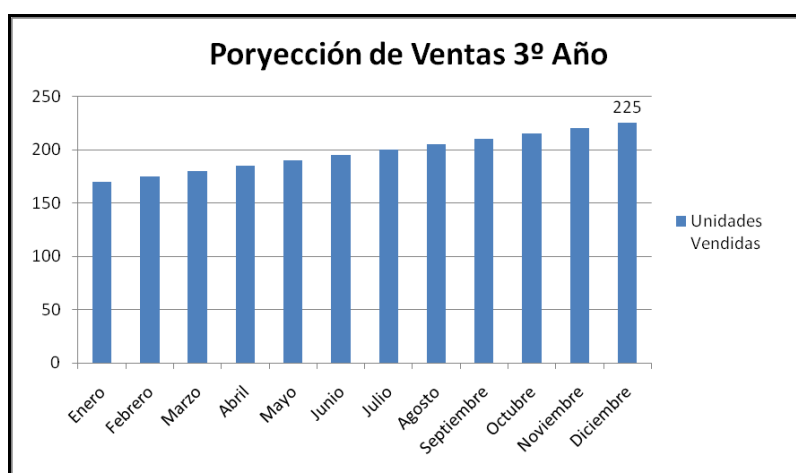
Fuente: Las Autoras

Gráfico N° 4. Proyección de ventas en pesos año 2



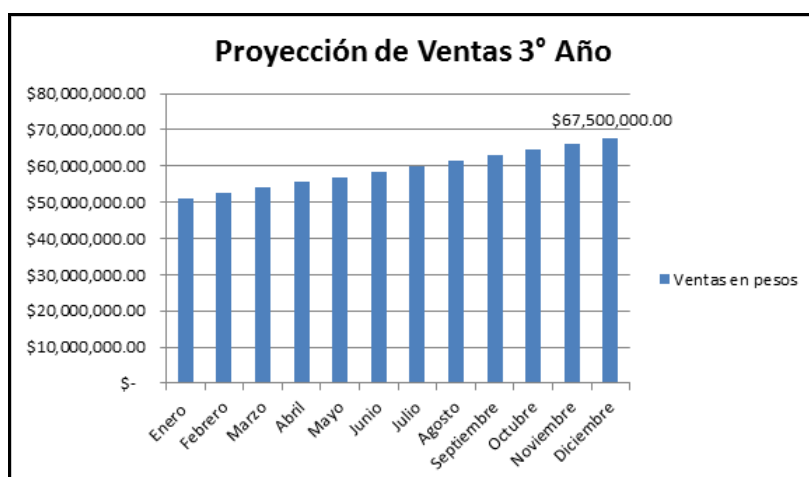
Fuente: Las Autoras

Gráfico N° 5. Proyección de ventas en unidades año 3



Fuente: Las Autoras

Gráfico N° 6. Proyección de ventas en pesos año 3



Fuente: Las Autoras

Tabla N1. Proyección de ventas año 1 a año 3

MES	CLIENTES	PRIMER AÑO		SEGUNDO AÑO		TERCER AÑO
Enero	90	\$ 27,000,000.00	115	\$ 34.500.000,00	170	\$ 51.000.000,00
febrero	95	\$ 28,500,000.00	120	\$ 36.000.000,00	175	\$ 52.500.000,00
Marzo	100	\$ 30,000,000.00	125	\$ 37.500.000,00	180	\$ 54.000.000,00
Abril	105	\$ 31,500,000.00	130	\$ 39.000.000,00	185	\$ 55.500.000,00
Mayo	110	\$ 33,000,000.00	135	\$ 40.500.000,00	190	\$ 57.000.000,00
Junio	115	\$ 34,500,000.00	140	\$ 42.000.000,00	195	\$ 58.500.000,00
Julio	120	\$ 36,000,000.00	145	\$ 43.500.000,00	200	\$ 60.000.000,00
Agosto	115	\$ 34,500,000.00	150	\$ 45.000.000,00	205	\$ 61.500.000,00
Septiembre	120	\$ 36,000,000.00	155	\$ 46.500.000,00	210	\$ 63.000.000,00
Octubre	125	\$ 37,500,000.00	160	\$ 48.000.000,00	215	\$ 64.500.000,00
Noviembre	130	\$ 39,000,000.00	165	\$ 49.500.000,00	220	\$ 66.000.000,00
Diciembre	135	\$ 40,500,000.00	170	\$ 51.000.000,00	225	\$ 67.500.000,00
Total ventas Año		\$ 315.000.000,00		\$ 513.000.000,00		\$ 711.000.000,00

Fuente: La Autoras

2. SISTEMA DE NEGOCIOS Y ORGANIZACIÓN

2.1 POLITICAS COMERCIALES.

Inicialmente se manejara una Política de cartera contado, dependiendo del comportamiento de las ventas y del cumplimiento de pago de los clientes se dará crédito en no más del 10% del valor total del producto.

2.2 MICRO LOCALIZACIÓN

Light & Easy va estar ubicado en la localidad de Usaquén Limitando por el occidente con la autopista norte, por el sur con la calle 100 y por el norte y oriente con el perímetro urbano del Distrito Capital. Ocupa 6534 hectáreas aprox. Comprendidas entre las localidades de chapinero (al sur) y suba (al occidente) y los Municipios de La Calera (al oriente) y Chía (al norte) el local esta exactamente en la calle 116 # 6 a -23, casa en donde se arrendara solo la plata baja del inmueble para la parte de producción y despacho de domicilios aérea total 103 mt2. Esta ubicación fue escogida, debido al fácil acceso a los otros puntos estratégicos en donde se planea tener la mayor cantidad de clientes, la Calle 72 o Avenida Chile, entre carreras 7ma y 11 están los edificios de varias entidades financieras, además de la bolsa de valores de Colombia, la zona T o zona rosa, que se ubica entre las calles 80 y 85 entre carreras 11 y 15 y el parque de la 93, entre las calles 92 y 94 y las carreras 11 y 15.

La infraestructura que se requiere para la instalación de los equipos es una superficie amplia que cumpla todos los estándares establecidos en Decreto 3075 de 1997 en el título II Artículo 8º y 9º. Se requiere de dos pisos que se distribuirían de la siguiente forma: el primero se ubicarían todas oficinas de administración y el consultorio en donde se hará la valoración a cada paciente y el segundo se ubicara la cocina.

2.3 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

En general una alimentación saludable consiste en

- **Calorías:** Según peso saludable, sexo y edad. Varía según cada quién.
- **Hidratos de carbono:** Hasta el 60% de las calorías totales. 30 gr diarios.
- **Frutas y verduras:** Se deberían consumir 2 tazas de fruta picada más 3 tazas de verduras crudas o cocidas al día. Es decir 5 porciones en total.
- **Fibra:** Se recomiendan 25 o más gramos al día.
- **Proteínas:** Consumir 1 gramo por Kilo de peso. Esto es 1 trozo de carne del tamaño de la palma de la mano extendida sin incluir los dedos.
- **Lácteos:** 3 porciones para cubrir las necesidades de calcio. 1 pote de yogurt o 200 cc de leche o 1 pedazo de queso del tamaño de una caja de fósforos. Para disminuir el consumo de grasa hay que preferirlos descremados y sin azúcar, que nutren igual que los otros.
- **Grasas:** La porción debería ser 4 cucharaditas de té al día de aceite vegetal, ya sea maravilla, oliva, canola, etc. La grasa de origen animal limitarlas si se tiene problemas.
- **Agua:** el 60% del cuerpo humano es agua. 6 vasos de 200 c.c. al día más el agua de los alimentos cubrirán las necesidades.

Uno de los menús que se manejará será el siguiente, teniendo en cuenta que cada cliente tiene una necesidad específica que se complacerá con cada menú diseñado específicamente para cada uno de ellos.

Tabla N° 2. Menú

Light & Easy					
Lomo de cerdo en salsa tamarino, ensalada primavera, papa roseta y arroz mexicano.					
Ingredientes	Unidad de medida	Unidad	Cantidad	Valor unidad	Costo Total
Lomo de cerdo	1	Lb	0,46	6500	2990
Tamarindo pulpa	200	Gr	40	1200	240
Vino tinto	1000	Ltr	20	8000	160
Azúcar	1	Lb	0,01	2100	21
Lechuga crespa	1	Unidad	0,2	1200	240
Tomate cherry	1	Lb	0,16	3500	560
Mango tomy	1	Lb	0,3	1000	300
Fresas	1	Lb	0,3	2500	750
Rugula	1	Lb	0,1	2000	200
Arroz	20	Lb	0,4	26410	528,2
Papa pastusa	1	Lb	0,6	800	480
Maíz dulce	1	Lata	0,3	2560	768
Mantequilla	1	Lb	0,04	5200	208
Sal	1000	Gr	6	770	4,62

Perejil	1	Lb	0,06	1500	90
Zanahoria	1	Lb	0,1	2000	200
Cebolla cabezona	1	Lb	0,1	1500	150
Apio	1	Lb	0,1	2000	200
Mayonesa	400	GR	24	2780	166,8
Maracuyá	1	Lb	0,4	2500	1000
Crema de leche	1	Lb	0,08	4500	360
Leche	900	Gr	1800	36	72
Total					9.688,22

Fuente: Las Autoras

2.4 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE NEGOCIO

El proceso del negocio consta de 7 pasos:

Tabla N° 3. Descripción del proceso del negocio

<i>Atracción de clientes</i>	Los clientes de Light & Easy serán atraídos por varios medios el principal será el voz a vos, es un método efectivo ya que el producto que se ofrece es de tan alta calidad que este será recomendado por todas las personas que lo adquieran, en segunda instancia la publicidad que se hará por medio de volantes y pautas en revistas de salud, y por ultimo por la promoción que se hará en centros de salud y estética.
<i>Pago del servicio</i>	Una vez el cliente tome la decisión de adquirir el servicio debe pagar por adelantado y solo en efectivo o tarjeta débito o crédito el mes o los meses por los que valla adquirir el servicio. El pago lo debe hacer directamente en el establecimiento.
<i>Valoración Nutricionista</i>	Una vez el servicio esta pago el cliente procede a asistir a una valoración con el nutricionista, este le indicara la dieta que se ajusta a sus necesidades y le tomará medidas para el control que tendrá que hacer mensual.
<i>Elaboración del Menú</i>	Al tener la dieta específica del cliente el chef procede a crear un menú diario que cumpla con todas las características exigidas por el nutricionista.
<i>Producción</i>	Se procede a producir el menú propuesto por el chef.
<i>Entrega del producto</i>	El producto será entregado al cliente a la hora del almuerzo que este escoja al igual que el sitio donde será entregado.






Control	El cliente deberá asistir al nutricionista donde se le hará un seguimiento y control de la dieta que llevó a cabo y se sacarán conclusiones y planes de acción para obtener los resultados requeridos.
----------------	--

Fuente: La Autoras

2.5 PLAN DE PRODUCCIÓN

El menú se preparará a diario teniendo en cuenta que habrá un menú mensual para aquellas personas que no tienen un problema alimenticio específico sino que simplemente quieren alimentarse sanamente, este menú se rotará cada mes sin repetir el mismo plato, la segunda opción son los menús que están creados para cada persona que adquiere el servicio estos también son planeados mensualmente.

El horario de trabajo será de 7 a.m. a 5:30 p.m., la rutina será la siguiente:

- De 7:00 am a 10:00 am  Preparación de los platos
- De 10:00 am a 11:00 am  Alistamiento de pedidos
- De 11:00 am a 2:00 pm  Entrega de pedidos
- De 1:00 pm a 3:00 pm  Mice and place día siguiente.
- De 3:00 pm a 5:00 pm  Aseo general

2.6 PLAN DE COMPRAS.

Se contará con una base de datos de proveedores donde cada uno de ellos llevará al local los productos requeridos durante la semana o el mes, se intentará establecer una relación con un proveedor por producto por línea pero se tendrá un backup de otros proveedores para prevenir retrasos.

Tabla N° 4. Plan de compras

PRODUCTO	PROVEEDOR	CONTACTO	FECHA DE COMPRA
Carnes	Cialta	Cra. 126A N° 17-90 Interior 10 Bogotá, Bogotá Colombia	Semanal
Carnes	Alimentar de la Sabana	Autopista Sur 61 51 Bogotá Colombia	Semanal
Carnes	Carnes el Peón	AV 19 22 67 Palo Quemao Bogotá Colombia	Semanal
Verduras y Frutas	Insualiementos S.A.S	CARRERA 19B # 166-66 Barrio Toberín	Semanal
Verduras y Frutas	Merca virtual	Codabas Cra 7 No 180-75 Bogotá, Bogotá Colombia	Semanal
Despensa	Corabastos	Carrera 8ª N° 7-27	Mensual
Envases y Empaques	Ajover s.a	Calle 65 Bis # 91-82	Mensual
Aseo	Industrias	Barrio Valladolid, Suroccidente de Bogotá	Mensual

	Sansón		
Dotación uniformes	Bazzy Uniformes	CL 95 11A-24 L-1	Cada 4 meses
Papelería	Regus	Cr18 86 A-14	Mensual

2.7 ORGANISMO DE APOYO

En consecuencia a la mala alimentación que se ha venido presentando en los últimos años en Colombia, se han creado programas, instituciones, y leyes para ayudar a combatir este problema generador de muchas otras enfermedades, por esto tendremos organismos de apoyo como el Ministerio de Protección Social, ICBF (Instituto Colombiano de Bienestar Familiar), Secretaria de salud, Alcaldía de Bogotá, FUNCOBES (Fundación Colombiana de Obesidad), Fundación Gorditos de Corazón, Clínica Country, Liga Internacional contra la Obesidad, ACD (Asociación Colombiana de Diabetes), etc.

Estas entidades fueron escogidas como organismo de apoyo para realizar este proyecto de grado y crear alianzas estrategias ya que tienen programas especializados y enfocados a combatir la mala alimentación y crear conciencia sobre las consecuencias que esto trae.

2.8 ORGANIZACIÓN ASPECTOS LEGALES

Light & Easy se va a constituir “una **Sociedad Limitada** se constituye mediante escritura pública entre mínimo dos socios y máximo veinticinco, quienes responden con sus respectivos aportes, y en algunos casos según el Código de Comercio artículos 354, 355 y 357, se puede autorizar la responsabilidad ilimitada y solidaria, para alguno de los socios.

Los socios deben definir en la escritura pública el tiempo de duración de la empresa y podrán delegar la representación legal y administración en un gerente, quien se guiará por las funciones establecidas en los estatutos. El capital se representa en cuotas de igual valor que para su cesión, se pueden vender o transferir en las condiciones previstas en la ley o en los respectivos estatutos. Cualquiera que sea el nombre de la sociedad deberá estar seguido de la palabra "Limitada" o su abreviatura "Ltda." que de no aclararse en los estatutos hará responsable a los asociados solidaria e ilimitadamente”³.

Esta empresa tiene como fin brindar un servicio de alimentación, es por esto que se debe cumplir con los requisitos mínimos definidos en el **Decreto 3075 de 1997** en donde se regulan todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos, como las condiciones básicas de higiene en la fabricación de alimentos, edificación e instalaciones, diseño y construcción, pisos y drenaje. Iluminación, ventilación etc., todos los factores que pueden perjudicar la salud de las personas que adquieran el servicio.

Ver anexo 1.

2.9 PROPUESTA DE VALOR

La cuota diferenciadora de Light & Easy es prestar un servicio completamente personalizado donde se atienden las necesidades requeridas por cada individuo, destacándose por su servicio y la alta calidad en sus productos. También es importante mencionar que su servicio se brinda con el fin de optimizar el tiempo de las personas entregando el producto donde el cliente lo requiera.

³ <http://www.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=132&conID=4232>

Es una idea innovadora con un nivel de competencia bajo, que tiene como fin cambiar el hábito alimenticio de personas que consideran que las dietas son desagradables para el paladar y que con esta no se puede disfrutar de una buena comida.

2.10 OBJETIVOS

Financiero: Empezar el funcionamiento del negocio con recursos propios sin acceder a ninguna clase de préstamo. Alcanzar el punto de equilibrio durante los primeros seis (6) meses y obtener rentabilidad durante el primer año de funcionamiento y recuperar la inversión durante los primeros 3 años.

Clientes: Capturar la mayor cantidad de clientes que requieran el servicio, teniendo en cuenta que sean personas entre 20 y 50 años de edad con alguna enfermedad generada por la mala alimentación y que necesitan de una dieta específica para regular su enfermedad o personas que lleven un estilo de vida saludable y que simplemente quieran cuidar su alimentación.

Proceso internos: El servicio por mes cuesta \$300.000 el cual será cancelado por completo en el momento de adquirirlo, ya sea en efectivo, tarjeta de crédito o débito, por esto motivo no se manejarán días de cartera.

De los pagos que realicen los clientes se descontarán todos los gastos del mes y se cubrirá cualquier imprevisto.

Crecimiento y desarrollo: Después de cumplir las metas propuestas, se tiene como expectativa abrir otro punto para cubrir más zonas y poder brindar el servicio a más usuarios, uno de los puntos en los cuales se pretende penetrar el mercado en el barrio Salitre en la localidad de Fontibón, gracias a que cumple con las características del mercado objetivo.

2.11 FACTORES CRITICOS DE EXITO

- Alto estándares de calidad.
- Innovación en la forma de llevar una vida saludable.
- Excelente presentación del producto.
- El crecimiento en el interés de la gente por llevar una vida saludable y consumir producto que le hagan bien al cuerpo.
- Practicidad y reducción de costo y tiempo

3. FINANCIACIÓN

3.1 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO.

La empresa se financiará con recursos propios de los socios capitalistas y cada uno aportará el 50% de la inversión inicial. Teniendo en cuenta que la inversión inicial es de \$ 110.709.370,00, cada socia aportará \$ 55.354.685,00 que se cancelarán por partes iguales en el momento de empezar adquirir los recursos necesarios para la implementación del negocio.

3.2 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Light & Easy tiene diferentes requerimientos para iniciar sus operaciones, todos los implementos que se utilizarán en el local serán nuevos, a continuación la tabla que relaciona cada uno de los elementos que se requieren y el proveedor.

Tabla N° 5. Necesidades y requerimientos

LOCAL / ARRIENDO				
Producto / Ítem	Valor de la unidad	Cantidad	Valor total	Proveedor
ARRIENDO	\$ 2.500.000,00	1	\$ 2.500.000,00	N.A
ADECUACIÓN DEL LOCAL / INFRAESTRUCTURA	\$ 15'000.000	1	\$ 15.000.000,00	
Total			\$ 17.500.000,00	
IMPUESTOS				
BOMBEROS	100.000	1	\$ 100.000,00	N.A
SERVICIOS	1.450.000	1	\$ 1.450.000,00	
SANIDAD	100.000	1	\$ 100.000,00	
Total			\$ 1.650.000,00	
EQUIPOS ADMINISTRATIVOS / EQUIPOS DE OFICINA				
ESCRITORIO	\$ 129.000,00	1	\$ 129.000,00	ÉXITO
ARCHIVADOR	\$ 150.000,00	2	\$ 300.000,00	TO GO
SILLAS	\$ 120.000,00	1	\$ 120.000,00	TO GO
Total			\$ 549.000,00	
EQUIPOS ADMINISTRATIVOS / EQUIPOS DE COMPUTO				
COMPUTADOR	\$ 1.439.000,00	2	\$ 2.878.000,00	KATRONIX
EQUIPO DE SONIDO	\$ 209.000,00	1	\$ 209.000,00	ÉXITO
CAJA REGISTRADORA	\$ 250.000,00	1	\$ 250.000,00	CASSIO
IMPRESORA	\$ 269.000,00	1	\$ 269.000,00	KATRONIX
Total			\$ 4.704.000,00	
EQUIPOS ADMINISTRATIVO / SOFTWARE				
SOFTWARE	\$ 500.000,00	1	\$ 500.000,00	BEMATECH
Total			\$ 500.000,00	
EQUIPO ADMINISTRATIVO / TELECOMUNICACION				
TELÉFONO	\$ 219.000,00	1	\$ 219.000,00	KATRONIX
Total			\$ 219.000,00	
ADECUACION DE LOCAL / DECORACION				
ESPEJO	\$ 60.000,00	1	\$ 60.000,00	HOME CENTER
MESAS	\$ 40.000,00	4	\$ 160.000,00	
SILLAS	\$ 30.000,00	16	\$ 480.000,00	
REVISTERO	\$ 50.000,00	1	\$ 50.000,00	
Total			\$ 750.000,00	
MAQUINARIA Y EQUIPO				
CAMPANA DE EXTRACCIÓN	\$ 2.500.000,00	1	\$ 2.500.000,00	PROACEROS
ESTUFA DE 8 PUESTOS	\$ 5.200.000,00	1	\$ 5.200.000,00	JOSE RAGO
FREIDOR	\$ 1.000.000,00	1	\$ 1.000.000,00	JOSE RAGO
GRATINADOR	\$ 2.200.000,00	1	\$ 2.200.000,00	JOSE RAGO
HORNO	\$ 14.500.000,00	1	\$ 14.500.000,00	JOSE RAGO
LICUADORA INDUSTRIAL	\$ 550.000,00	1	\$ 550.000,00	JOSE RAGO
MESONES DE TRABAJO	\$ 1.400.000,00	5	\$ 7.000.000,00	JOSE RAGO

MICROONDAS	\$ 890.000,00	1	\$ 890.000,00	JOSE RAGO
NEVERA / ACERO INOXIDABLE	\$ 8.700.000,00	1	\$ 8.700.000,00	JOSE RAGO
NEVERA / LAMINA	\$ 5.600.000,00	1	\$ 5.600.000,00	JOSE RAGO
NEVERA CON MESÓN DE TRABAJO	\$ 6.200.000,00	1	\$ 6.200.000,00	JOSE RAGO
PARILLA	\$ 3.400.000,00	1	\$ 3.400.000,00	JOSE RAGO
PLANCHA	\$ 3.400.000,00	1	\$ 3.400.000,00	JOSE RAGO
POCETA	\$ 2.600.000,00	1	\$ 2.600.000,00	JOSE RAGO
PROCESADOR INDUSTRIAL	\$ 3.765.000,00	1	\$ 3.765.000,00	JOSE RAGO
REPISAS	\$ 380.000,00	1	\$ 380.000,00	JOSE RAGO
MANDOLINA	\$ 700.000,00	1	\$ 700.000,00	JOSE RAGO
CENTRIFUGA PARA ENSALADAS	\$ 1.000.000,00	1	\$ 1.000.000,00	JOSE RAGO
CORTADOR DE MANGO	\$ 790.000,00	1	\$ 790.000,00	JOSE RAGO
BATIDORA KITCHEN AID	\$ 1.000.000,00	1	\$ 1.000.000,00	JOSE RAGO
ESTANTERÍA	\$ 2.400.000,00	2	\$ 4.800.000,00	JOSE RAGO
RECIPIENTES PARA ALIMENTOS	\$ 56.000,00	10	\$ 560.000,00	JOSE RAGO
OLLAS VARIOS TAMAÑOS	\$ 1.500.000,00	1	\$ 1.500.000,00	JOSE RAGO
Total			\$ 78.235.000,00	
UTENSILIOS EQUIPOS DE COCINA				
TABLAS	\$ 48.000,00	7	\$ 336.000,00	JOSE RAGO
CHUCHILLOS/ DIFERENTES TAMAÑOS	\$ 30.000,00	8	\$ 240.000,00	JOSE RAGO
PLACAS PARA EL HORNO	\$ 45.000,00	5	\$ 225.000,00	JOSE RAGO
BATIDORES DE ALAMBRE	\$ 23.000,00	2	\$ 46.000,00	JOSE RAGO
CUCHARAS SALSERAS	\$ 18.700,00	8	\$ 149.600,00	JOSE RAGO
SILPAT	\$ 25.000,00	2	\$ 50.000,00	JOSE RAGO
PELADORES	\$ 12.350,00	2	\$ 24.700,00	JOSE RAGO
AFILADORES	\$ 45.000,00	1	\$ 45.000,00	JOSE RAGO
MOLDES	\$ 15.000,00	5	\$ 75.000,00	
CHAIRA	\$ 15.000,00	2	\$ 30.000,00	
Total			\$ 1.221.300,00	
DOTACION PERSONAL				
PANTALÓN UNIFORME	\$ 78.000,00	10	\$ 780.000,00	BAZZY
CAMISA UNIFORME	\$ 51.000,00	10	\$ 510.000,00	BAZZY
DELANTAL UNIFORME	\$ 15.800,00	5	\$ 79.000,00	BAZZY
ZAPATOS UNIFORME	\$ 19.000,00	5	\$ 95.000,00	BAZZY
GORRO UNIFORME	\$ 12.800,00	10	\$ 128.000,00	BAZZY
TOALLAS PEQUEÑAS UNIFORME	\$ 12.890,00	5	\$ 64.450,00	BAZZY
CHAQUETA CUARTO FRIO	\$ 120.000,00	2	\$ 240.000,00	BAZZY
PANTALÓN UNIFORME	\$ 78.000,00	10	\$ 780.000,00	BAZZY
CAMISA UNIFORME	\$ 51.000,00	10	\$ 510.000,00	BAZZY
Total			\$ 1.896.450,00	
ENVASES Y EMPAQUES				

TARROS DE PLÁSTICO GRANDES	\$ 12.450,00	4	\$ 49.800,00	HOME CENTER
TARROS DE PLÁSTICO MEDIANOS	\$ 8.900,00	4	\$ 35.600,00	HOME CENTER
TARROS DE PLÁSTICOS PEQUEÑOS	\$ 6.780,00	4	\$ 27.120,00	HOME CENTER
TETEROS	\$ 1.500,00	8	\$ 12.000,00	HOME CENTER
Total			124.520,00	
PAPELERIA				
FACTURAS	\$ 12.000,00	6	\$ 72.000,00	REGUS
MENÚ	\$ 8.000,00	15	\$ 120.000,00	
PUBLICIDAD	\$ 1.500.000,00	1	\$ 1.500.000,00	
Total			\$ 1.692.000,00	
ELEMENTOS DE ASEO				
BLANQUEADOR 100 ML	\$ 4.800	2	\$ 9.600,00	INDUSTRIAS SANSON
QUITA GRASA 500 ML	\$ 6.500	6	\$ 39.000,00	
LIMPIA VIDRIOS 500 ML	\$ 5.500	2	\$ 11.000,00	
GUANTES LATEX CAJA	\$ 7.600	2	\$ 15.200,00	
JABON PARA LOZA 2000 GR	\$ 8.200	2	\$ 16.400,00	
LIMPIADOR PISOS 5000 ML	\$ 15.150	2	\$ 30.300,00	
BOMBILLO	\$ 19.400	10	\$ 194.000,00	
TRAPERO	\$ 5.400	4	\$ 21.600,00	
CEPILLO	\$ 4.600	5	\$ 23.000,00	
ESCOBA	\$ 7.300	4	\$ 29.200,00	
RECOGEDOR	6.900	4	\$ 27.600,00	
BOLSAS DE BASURA	\$ 4.000	10	\$ 40.000,00	
TOALLAS COCINA	\$ 9.200	10	\$ 92.000,00	
ESPONJA ALAMBRE	\$ 3.600	10	\$ 36.000,00	
ESPONJAS	\$ 1.650	10	\$ 16.500,00	
Total			\$ 601.400,00	
MERCANCIAS NO FABRICADAS POR LA EMPRESA				
PITILLOS / CAJA	\$ 4.500,00	1	\$ 4.500,00	
SERVILLETAS	\$ 2.000,00	5	\$ 10.000,00	
Total			14.500,00	
ELEMENTOS DE EMPAQUE				
CUBIERTOS DESECHABLES	\$ 120,00	200	\$ 24.000,00	AJOVER S.A.
PLATOS DESECHABLES	\$ 134,00	200	\$ 26.800,00	AJOVER S.A.
CONTENEDORES	\$ 240,00	200	\$ 48.000,00	AJOVER S.A.
VASOS DESECHABLES	\$ 150,00	200	\$ 30.000,00	AJOVER S.A.
BANDEJAS CON DIVISIÓN	\$ 250,00	200	\$ 50.000,00	AJOVER S.A.
EMPAQUES DE ALUMINIO	\$ 200,00	200	\$ 40.000,00	AJOVER S.A.
PAPEL ALUMINIO ROLLO	\$ 15.000,00	1	\$ 15.000,00	AJOVER S.A.
PAPEL VINIPEL ROLLO	\$ 17.900,00	1	\$ 17.900,00	AJOVER S.A.
CUBIERTOS DESECHABLES	\$ 120,00	200	\$ 24.000,00	AJOVER S.A.

PLATOS DESECHABLES	\$ 134,00	200	\$ 26.800,00	AJOVER S.A.
Total			\$251.700,00	
SERVICIOS				
AGUA	\$ 299.000,00	1	\$ 299.000,00	ACUEDUCTO
LUZ/ ENERGÍA	\$ 145.000,00	1	\$ 145.000,00	CODENSA
TELÉFONO	\$ 167.000,00	1	\$ 167.000,00	ETB
GAS	\$ 189.500,00	1	\$ 189.500,00	GAS NATURAL
Total			\$ 800.500,00	

Fuente: Las Autoras

3.3 FLUJO DE CAJA

LIGHT & EASY													
FLUJO DE FONDOS													
	PRELIMINAR	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
INGRESOS													
1.- Aporte socios	110.709.370												
2.- Otros aportes	0												
3.- Ventas		27.000.000	28.500.000	30.000.000	31.500.000	33.000.000	34.500.000	36.000.000	34.500.000	36.000.000	37.500.000	39.000.000	40.500.000
4.- Prestamo (I)													
TOTAL INGRESOS													
	110.709.370	27.000.000	28.500.000	30.000.000	31.500.000	33.000.000	34.500.000	36.000.000	34.500.000	36.000.000	37.500.000	39.000.000	40.500.000
EGRESOS													
1.- Compra maquinaria y equipo	78.235.000												
2.- Equipos de oficina, muebles y ens	12.523.870												
3.- Estudios preliminares	4.950.500												
4.- Adecuaciones	15.000.000												
5.- Costos de ventas		9.000.000	9.500.000	10.000.000	10.500.000	11.000.000	11.500.000	12.000.000	11.500.000	12.000.000	12.500.000	13.000.000	13.500.000
Comisiones de venta		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6.- Costos de Operación		14.656.953	14.656.953	14.656.953	14.656.953	14.656.953	14.656.953	14.656.953	14.656.953	14.656.953	14.656.953	14.656.953	14.656.953
7.- Gastos de administración		6.082.500	6.082.500	6.082.500	6.082.500	6.082.500	6.082.500	6.082.500	6.082.500	6.082.500	6.082.500	6.082.500	6.082.500
8.- Imprevistos		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9.- Fondo de Garantías - prestamo I		0											
10.- Intereses bancarios N°1		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11.- Capital N°1		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capital de trabajo													
Impuestos													
TOTAL EGRESOS													
	110.709.370	29.739.453	30.239.453	30.739.453	31.239.453	31.739.453	32.239.453	32.739.453	32.239.453	32.739.453	33.239.453	33.739.453	34.239.453
FLUJO DE FONDOS													
Saldo anterior	0	1	-2.739.452	-4.478.904	-5.218.357	-4.957.809	-3.697.262	-1.436.715	1.823.833	4.084.380	7.344.928	11.605.475	16.866.022
Ingresos	110.709.370	27.000.000	28.500.000	30.000.000	31.500.000	33.000.000	34.500.000	36.000.000	34.500.000	36.000.000	37.500.000	39.000.000	40.500.000
Egresos	110.709.370	29.739.453	30.239.453	30.739.453	31.239.453	31.739.453	32.239.453	32.739.453	32.239.453	32.739.453	33.239.453	33.739.453	34.239.453
Nuevo saldo	1	-2.739.452	-4.478.904	-5.218.357	-4.957.809	-3.697.262	-1.436.715	1.823.833	4.084.380	7.344.928	11.605.475	16.866.022	23.126.570
Tasa interna de retorno													
año 1	-6,89%												
año 2	10,55%												
año 3	13,81%												
año 4	14,63%												

Fuente: Las Autoras

LIGHT & EASY						
FLUJO DE FONDOS						
	Preliminar	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
1.- Aporte socios	110.709.370	0	0	0	0	0
2.- Otros aportes	0	0	0	0	0	0
3.- Ventas	0	408.000.000	538.650.000	783.877.500	1.052.281.125	1.345.565.419
4.- Prestamo (1)	1	0	0	0	0	0
TOTAL INGRESOS	110.709.371	408.000.000	538.650.000	783.877.500	1.052.281.125	1.345.565.419
EGRESOS						
1.- Compra maquinaria y equipo	78.235.000	0	0	0	0	0
2.- Equipos de oficina, muebles y enseres	12.523.870	0	0	0	0	0
3.- Estudios preliminares	4.950.500	0	0	0	0	0
4.- Adecuaciones	15.000.000	0	0	0	0	0
5.- Costos de ventas	0	136.000.000	179.550.000	261.292.500	350.760.375	448.521.806
Comisiones de venta	0	0	0	0	0	0
6.- Costos de Operación	0	175.883.430	181.605.691	189.777.947	198.317.954	207.242.262
7.- Gastos de administración	0	72.990.000	75.873.270	79.287.567	82.855.508	86.584.006
8.- Imprevistos 5%	0	0	0	0	0	0
9.- Fondo de Garantías - prestamo 1	0	0	0	0	0	0
10.- Intereses bancarios N° 1	0	0	0	0	0	0
11.- Capital N°1	0	0	0	0	0	0
12.- Capital de trabajo	0	0	0	0	0	0
Impuestos	0	0	4.636.725	30.539.900	80.666.388	135.719.562
TOTAL EGRESOS	110.709.370	384.873.430	441.665.686	560.897.914	712.600.225	878.067.636
	1	23.126.570	96.984.314	222.979.586	339.680.900	467.497.782
FLUJO DE FONDOS						
Saldo que viene	0	1	23.126.571	120.110.885	343.090.471	682.771.371
Ingresos	110.709.371	408.000.000	538.650.000	783.877.500	1.052.281.125	1.345.565.419
Egresos	110.709.370	384.873.430	441.665.686	560.897.914	712.600.225	878.067.636
Nuevo saldo	1	23.126.571	120.110.885	343.090.471	682.771.371	1.150.269.153

Fuente: Las Autoras

LIGHT & EASY						
INDICADORES						
TIR	13,81%					
VAN	\$ 9.103.648.392					
PRI - en meses -	30,1					
PERIODO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENDEUDAMIENTO	0,00%	3,87%	14,70%	19,13%	18,04%	16,20%
RENTABILIDAD OPERACIONAL		3,44%	17,18%	31,18%	39,08%	44,16%
RENTABILIDAD NETA		2,31%	11,51%	20,89%	26,19%	29,58%
RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO		11,7%	50,8%	70,7%	66,2%	58,3%
RENTABILIDAD SOBRE ACTIVO		11,73%	44,55%	57,98%	54,67%	49,08%
RAZON CORRIENTE	#DIV/0!	4,99	3,93	4,25	5,03	5,87
LIQUIDEZ		18.489.846	89.570.985	262.424.083	547.051.809	954.202.472
EBITDA	0	23.126.570	101.621.039	253.519.486	420.347.288	603.217.345
EBITDA / GASTOS FINANCIEROS						
EBITDA / SERVICIO DE LA DEUDA						
FLUJO DE CAJA DESCONTADO		23.126.571	120.110.885	343.090.471	682.771.371	1.150.269.153
CONCENTRACION A CORTO PLAZO	0,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Las Autoras

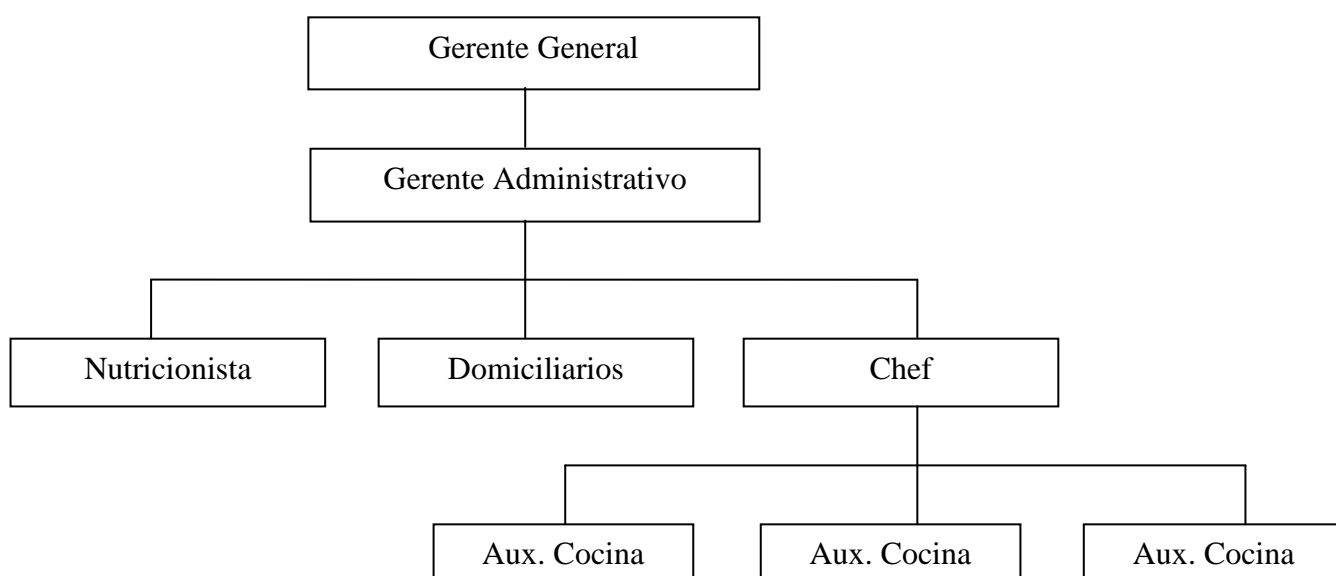
4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Tabla N° 6. Estructura organizacional

Nombre	Cargo	Función
Marcela Montañez	Gerente General/Administradora	Dirigir y controlar todos los procesos administrativos que estén involucrados en el funcionamiento del negocio, como lo son dinero, recursos etc. Estar pendiente de que se cumplan todos los procesos de forma eficiente para la obtención de resultados óptimos.
Diana Lozano	Gerente Administrativo /Administradora	Planear y ejecutar estrategias de mercadeo, logística y distribución que ayuden a mejorar el desempeño del negocio de una forma eficiente.
Andrea Lozano Molina	Chef	Crear el menú de cada uno de los clientes, hacer el cronograma de cada menú, estar pendiente de la preparación de cada plato, hacer mice and place de todos los días, realizar las órdenes de compra de los ingrediente requeridos semanalmente, supervisar el trabajo de las auxiliares de cocina.
Marie Elisa Avellaneda	Nutricionista	Valoración de los pacientes, creación de dieta según sus necesidades en conjunto con el chef y seguimiento a los pacientes.
Angélica Méndez R.	Aux. de cocina	Apoyo en la preparación de los platos, mice and place de todos los días, alistamiento de utensilios e ingredientes, realizar el aseo de la cocina (horno, estufa, nevera, y utensilios utilizados durante la preparación de los alimentos.)
Pedro Gómez Pérez	Aux. de cocina	Apoyo en la preparación de los platos, mice and place de todos los días, alistamiento de utensilios e ingredientes, realizar el aseo de la cocina (horno, estufa, nevera, y utensilios utilizados durante la preparación de los alimentos.)
Alejandra Rodríguez Guzmán	Aux. de cocina	Apoyo en la preparación de los platos, mice and place de todos los días, alistamiento de utensilios e ingredientes, realizar el aseo de la cocina (horno, estufa, nevera, y utensilios utilizados durante la preparación de los alimentos.)
Martha Martínez Ruiz	Aux. de cocina	Apoyo en la preparación de los platos, mice and place de todos los días, alistamiento de utensilios e ingredientes, realizar el aseo de la cocina (horno, estufa, nevera, y utensilios utilizados durante la preparación de los alimentos.)

Ricardo Luna Tamayo	Domiciliario	Entrega del producto final al tiempo acordado el lugar estipulado
Gloria Guillén Melo	Domiciliario	Entrega del producto final al tiempo acordado el lugar estipulado
Rodrigo E. López Molano	Domiciliario	Entrega del producto final al tiempo acordado el lugar estipulado
María Claudia	Aseo	Hacer el aseo correspondiente al final del día en todas las instalaciones del local.

Gráfico N° 6. Proyección de ventas en pesos año 3



5. POLÍTICAS DE REMUNERACIÓN

El sueldo total se dividirá en dos quincenas. Y al personal se le pagará de la siguiente manera según lo estipulado en la ley. Los colaboradores se vincularán a la empresa por medio de un contrato laboral de tiempo indefinido.

A cada colaborador se le abrirá una cuenta corriente en una entidad bancaria donde se le consignará la suma que se acordó en el contrato que se celebrará en el momento en el que se vincule a la empresa. Como lo estipula la ley será afiliado a una EPS, pensiones y cesantías y a una caja de compensación.

Ver anexo 2

6. RECLUTAMIENTO

La empresa hará el reclutamiento directamente, se buscarán personas con un perfil que encajen con los requerimientos de cada cargo y con la cultura organizacional. Se realizarán convocatorias por internet (www.empleo.com y www.computrabajo.com) se recibirán referencias. Para el caso del cargo de auxiliar de cocina, se contratarán solo mujeres que sean cabeza de familia y que tenga conocimiento en el área, para el cargo de domiciliario se contratarán solo hombres y si es posible que sean de una familia desplazada por la violencia. El proceso que se llevará a cabo será el siguiente:

1. Recolección de hojas de vida
2. Filtro de estas según los requisitos
3. Convocatoria de los aspirantes para una entrevista grupal
4. Selección de los candidatos más cercanos al perfil
5. Entrevista individual
6. Selección de los seleccionados
7. Firma de contrato

8. SISTEMAS DE INFORMACIÓN.

Se contara con un software interno en donde se registraran todo los procesos contables, bases de datos, pagos, movimientos financieros que se hagan durante el mes.

El programa utilizado para realizar las anteriores tareas es el programa ZEUS un software de sistema de administración hotelera que se aplica muy bien a un restaurante, ya que cuenta con aplicaciones como inventarios, caja, etc.

Capítulo III

9. RESUMEN EJECUTIVO

Misión: Crear soluciones en alimentación que permita prevenir en la salud las consecuencias que conllevan el tener una mala alimentación. Cambiar el concepto de que la idea de una alimentación sana y balanceada siempre significa sacrificar sabor, alegría, tendencias y la idea de que la comida sana es aburrida.

Visión: Posicionarnos como una empresa líder a nivel nacional, a través de nuestra organización con los más altos estándares de calidad y servicio personalizado.

Los objetivos de Light & Easy son:

Generales

- Posicionar la marca como una empresa líder a nivel nacional, a través de organización con los más altos estándares de calidad y servicio personalizado.
- Crear soluciones en alimentación que permita prevenir las consecuencias a nivel salud a causa de la mala alimentación.

- Cambiar el concepto de que la idea de una sana y balanceada alimentación siempre significa sacrificar sabor, alegría, tendencias y la idea de que la comida sana es aburrida.

Específicos

- Lograr una participación en el mercado objetivo del 60% durante el primer semestre del año en que empieza a funcionar la empresa.
- Obtener una rentabilidad del 25% o más durante el primer semestre.
- Captar la mayor cantidad de mercado objetivo por medio de distintas estrategias de mercadeo.
- Ser 100% eficientes en la entrega del producto

Light & Easy será una empresa dedicada a crear soluciones en alimentación que permita prevenir las consecuencias de una mala alimentación, creando un plan alimenticio para cada paciente por medio de una nutricionista de acuerdo a las necesidades de cada cliente, posteriormente crear una dieta elaborada por un chef en equipo con el nutricionista, preparar la comida y finalmente entregarla a la persona. El producto a ofrecer está conformado por varios elementos tales como: la valoración a cargo del nutricionista, el producto que en este caso es el almuerzo preparado especialmente para cada uno de los clientes y finalmente el servicio de Delivery que se proporciona según el lugar especificado por el cliente para hacer la entrega.

Es una idea innovadora ya que proporciona al cliente una nueva forma de cuidar su salud y su figura, ahorra tiempo, costos y borra de la mente la idea de que cuidarse es costoso y aburrido ya que existe un paradigma acerca de la comida light y su sabor, además de proporcionar varios elementos en un solo paquete es una mezcla de producto y servicio que hará la vida del cliente más fácil y al mismo tiempo saludable, dos variables relevantes con un nivel de importancia muy alto hoy en día en nuestra sociedad, debido a la tendencia del mundo actual en donde cada vez la gente es más práctica en cuanto a su modo de vivir, en respuesta a esta necesidad Light & Easy le da la solución a aquellas personas que buscan comodidad y salud en su vida.

El mercado objetivo son personas de los estratos socioeconómicos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bogotá D.C, que padezcan de enfermedades que necesiten de una dieta balanceada para ser reguladas. El tamaño total del mercado es de 829.853. Este mercado objetivo será atraído por medio de voz a voz siendo el método más efectivo en este caso debido a que la calidad y el servicio son insignia de la empresa y esto hará que cualquier persona que adquiera el servicio lo recomiende.

Este proyecto se financiará con recurso propios en donde a cada socio le corresponderá aportar el 50% del valor total de la inversión inicial, como se evidencia en los estados financieros a partir del sexto (6) mes la empresa empezará a generar utilidad y su inversión se recuperará en los primeros 30 meses. El punto de equilibrio se encuentra con 1290 unidades vendidas al año que corresponden a \$ 386, 923,976.

10. BIBLIOGRAFÍA

- www.clinicarangelpereira.com
- http://www.alimentacionsaludableadomicilio.com/joomla/index.php?option=com_content&view=section&layout=blog&id=4&Itemid=9
- <http://www.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=132&conID=4232>
- <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=3337>
- <http://www.crearempresa.com.co/General/Home.aspx>