

Proyecto Empresarial II

**Vladimir Orlando Salcedo Rodríguez
Leydy Yoana Acevedo Castillo
Daniel Eduardo García Arias
Julián David Cortés Rojas**



María Del Pilar Sepúlveda Calderón

**Universidad de la Sabana
Chía, Cundinamarca
2019**

Resumen Ejecutivo

La tendencia hacia el cuidado integral de la salud y la preocupación por los tipos de alimentos que consumen las personas y los productos que usan ha influido en las preferencias de los consumidores de todo el mundo en la última década. Colombia no ha sido la excepción. Claramente hoy en día existe una oferta variada de restaurantes que ofrecen comida tipo saludable en Bogotá y otras ciudades del país. Existen diferentes alternativas. Sin embargo, es algo difícil mantener esta actitud de cuidarse en el día a día para algunas personas cuando están fuera de casa. ¿Qué hay de los que estudian o trabajan? No pueden interrumpir fácilmente sus jornadas para salir por la ciudad en busca de un restaurante saludable. ¿Y qué hay de aquellos que estrictamente se tienen que ceñir a dietas por condiciones de salud crónicas? Es pensando en estas personas que se presenta a Leamos como una solución a esta problemática de manera integral. Platos saludables, para dietas específicas entregadas oportunamente a la hora del almuerzo.

Teniendo como base los valores de conveniencia y eficiencia, hemos decidido comprometernos con la satisfacción de nuestros clientes y enfocarnos en atender a un público específico, ubicado en un área geográfica determinada. Esta está entre Calles 116 y 66 a Carreras 7 hasta la Autonorte y Av Caracas. Hemos diseñado menús con almuerzos enfocados en tres categorías: saludable, diabetes y problemas renales.

Participación		
Saludable	50%	\$ 50.500.000
Diabético	30%	\$ 30.300.000
Renal	20%	\$ 20.200.000

Vendemos cinco platos por cada una de estas categorías, diseñados por el chef Giovanni Cortés. Hemos decidido proveer a un nicho básicamente ignorado por las ofertas alimenticias existentes en el mercado. Las personas con padecimientos de diabetes y problemas renales necesitan de dietas que no sean solamente saludables, sino que cumplan con características específicas. Por ejemplo, las personas con enfermedades renales no deben consumir alimentos con excesos sodio (ni sal) ni potasio como carnes procesadas, sodios y algunos alimentos congelados. También deben evitar aceites y mantequillas. La restricción de la dieta de las personas diabéticas es aún más específica. Nuestro segmento objetivo tiene de 18 a 65 años, viven y/o laboran en estrato socioeconómico 4, 5 y 6 del área geográfica descrita. Cuidan de su figura y de su alimentación, cuidan de su salud y se preocupan por el medio ambiente, hacen deporte y se interesan por las TICs. Las personas piensan que no hay una gran oferta de restaurantes para ellos que les ofrezcan alternativas para alimentarse bien regularmente, según nuestra validación de mercado. Ningún restaurante ofrece productos directamente a estas personas con enfermedades crónicas, por lo que tienen dificultades para alimentarse fuera de casa.

Nuestros almuerzos son preparados en nuestro centro de distribución en la calle 44 en el Barrio Sucre, Localidad Chapinero, ubicado a 6,5 kms en promedio de distancia del mercado objetivo y a 4 kms de la Plaza de Paloquemao. Únicamente entregamos por domicilio via Rappi, nuestro aliado principal, sin atender presencialmente. Este es un modelo innovador del sector alimenticio llamado Dark Kitchens, del que ha sido pionero Rappi en Colombia. El cliente paga en la aplicación el valor total del plato y el del domicilio y el 1% de comisión por ventas es cobrado por Rappi. Nuestros socios clave dentro de la cadena de valor incluyen los campesinos que venden productos frescos de la Sabana en Paloquemao y los mercados regionales cundinamarqueses que se hacen en plazas y parques de Bogotá. Comprometidos con la sostenibilidad ambiental y el impacto de nuestra operación, nos abastecemos de empaques biodegradables diseñados para el gusto del consumidor. Estos son fabricados específicamente para nosotros por el productor de empaque GreenPack. Estos empaques son diseñados con cartón que no se deshace con la humedad y mantiene la frescura de vegetales y legumbres. Daremos a conocer la apertura de nuestro

negocio a través de vallas publicitarias ubicadas en el área geográfica determinada. También administramos nuestra comunicación a través de la página de Facebook y de nuestro sitio web, desde donde los clientes podrán ver nuestros productos y leer tips de alimentación de nuestro nutricionista para cada uno de los segmentos.

Tenemos en cuenta factores que afectan el consumo de alimentos en este lugar, que desencadenan en fluctuaciones de demanda. Un ejemplo de esto son las temporadas de vacaciones de empleados del sector financiero. También consideramos características demográficas de nuestro segmento, como preferencias y hábitos de compra, traduciendo estas en nuestra planeación financiera. Esperamos posicionarnos como un aliado de nuestros clientes en sus vidas diarias, en atender sus necesidades básicas de alimentación saludable oportunamente en sus sitios de trabajo y labores diarias. Esta es nuestra proyección de ventas.



Se contratarán dos cocineras por un smmlv y un chef por un salario de \$1.000.000. Teniendo en cuenta la inversión necesaria en equipo y tecnología para iniciar operación, que es de \$13 millones, requerimos de un préstamo bancario por \$10 millones y un aporte por parte de los 4 inversionistas que corresponde a la misma cantidad. Basado en nuestra estimación de demanda, ingresos y gastos, y el capital requerido, estimamos un costo ponderado de capital de 11,9% (se invertirán de nuevo las ganancias en el negocio en el primer año) y una tasa interna de retorno de 34,5%, adecuada para la industria alimenticia y negocios de comidas. El negocio percibirá ganancias desde el tercer año. La siguiente tabla muestra los márgenes brutos desde el inicio de operaciones.

2020	2021	2022	2023	2024
16,07%	20,1%	23,1%	28,47%	34,2%

El valor del mercado de comida saludable en Bogotá es de \$2.528.000 (año 2018) que corresponde al 60% del valor del mercado nacional. El mercado está repartido de la siguiente forma, incluyendo la participación estimada de Leaffood:

Freshii	Bioplaza	Suna	Otros	Leaffood
\$1'592.000	\$379.000.000	\$252.000.000	\$202.000.000	\$101.000.000