

UNIVERSIDAD DE LA SABANA  
 INSTITUTO DE POSTGRADOS- FORUM  
**RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)**

ORIENTACIONES PARA SU ELABORACIÓN:

El Resumen Analítico de Investigación (RAI) debe ser elaborado en Excel según el siguiente formato registrando la información exigida de acuerdo la descripción de cada variable. Debe ser revisado por el asesor(a) del proyecto. EL RAI se presenta (quema) en el mismo CD-Room del proyecto.

| No. | VARIABLES                                     | DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE   |
|-----|---|--|
| 1   | NOMBRE DEL POSTGRADO                          | Especialización en Gerencia Comercial  |
| 2   | TÍTULO DEL PROYECTO                           | Comida Saludable a Domicilio Healthy Food to Go para la ciudad de Bucaramanga  |
| 3   | AUTOR(es)                                     | BELTRAN BAUTISTA SILVIA JULIANA, MORENO ALVAREZ ANA MARIA, MOJICA ALEX   |
| 4   | AÑO Y MES                                     | 2015 / Octubre   |
| 5   | NOMBRE DEL ASESOR(a)                          | FERNANDO CHAVARRO  |
| 6   | DESCRIPCIÓN O ABSTRACT                        | <p>El sector gastronómico en Colombia y específicamente en la ciudad de Bucaramanga, se ha convertido en uno de los más interesantes y atractivos para invertir en él. En la actualidad, el estilo de vida de los bumanguenses está en constante cambio. Los desplazamientos urbanos y las distancias, sumadas al poco tiempo con el que cuenta la gente se han convertido en la principal razón para que la población decida consumir menos en su casa y más fuera de ella. En el presente plan de negocios se analizan varios elementos del mercado y percepciones del consumidor que merecen un estudio para identificar si la propuesta de valor es innovadora para los bumanguenses</p> <p>The Colombian restaurant industry and specifically in Bucaramanga's city, has become one of the most interesting and attractive to invest in it. At present, the lifestyle of the bumanguenses is constantly changing. Urban travel, distances and the little time that counts people have become the main reason of people choose to consume less at home and beyond. In this business plan, are analysed different elements of consumer perceptions that deserve a study to identify whether the value proposition is innovative for bumanguenses.</p> |
| 7   | PALABRAS CLAVES                               | restaurante, saludable, domicilio, comida, healthy   |
| 8   | SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO | Sector Comercio  |
| 9   | TIPO DE ESTUDIO                               | Plan de Negocios   |
| 10  | OBJETIVO GENERAL                              | Desarrollar un plan de negocios que permita ofrecer a la población de Bucaramanga que por algún motivo de enfermedad, trabajo o alguna otra razón tiene que comer fuera de casa menus saludables a domicilio   |
| 11  | OBJETIVOS ESPECÍFICOS                         | <p>Identificar tendencias del mercado de los nuevos consumidores de alimentos y de sus percepción en cuanto al cuidado de su salud e imagen.</p> <p>Determinar los clientes potenciales para evaluar la viabilidad del plan de negocios.</p> <p>Implementar una cultura de servicio al cliente que garantice puntualidad en la entrega y calidad para que los alimentos lleguen a una temperatura óptima.</p> <p>Diseñar una política de precios acorde con las necesidades y expectativas del mercado</p>   |

|    |                        |  |
|----|------------------------|--|
| 12 | RESUMEN GENERAL        | <p>Cerca de un cuarenta y cinco por ciento de la población colombiana tiene sobrepeso, un 18 por ciento lo conforman niños, según la última encuesta que data del 2005. Partiendo de ello, se percibe que en la actualidad la tendencia hacia una alimentación saludable cada día toma gran relevancia debido en gran medida a la aparición de múltiples enfermedades relacionadas con los malos hábitos alimentarios y al nivel de obesidad que hoy se percibe en la población.</p> <p>En Bucaramanga existen establecimientos que ofrecen comidas o alimentos que intentan pasar por saludables, sin embargo están muy lejos de serlo. La comida saludable no parece ser una moda pasajera existe un nuevo nicho de mercado por explotar donde se percibe una oportunidad de negocio como respuesta a una demanda en crecimiento, "HEALTHY FOOD TO GO" podría fácilmente tener una aceptación en el mercado además de ser muy rentable e innovador.</p> <p>La ciudad se encuentra en crecimiento, las distancias y el tráfico vehicular han hecho que las personas ya no cuenten con el tiempo para ir a su casa a almorzar. El proyecto es una alternativa para aquellas personas que por su ritmo de vida optan por almorzar en su sitio de trabajo y sienten la necesidad de mantenerse saludables.</p>   |
| 13 | CONCLUSIONES.          | <p>Se puede concluir que actualmente va en aumento el número de personas que se interesa por la comida sana y balanceada ya que se piensa más en la salud y en llevar una vida saludable, por lo que nuestros menús balanceados, bajos en grasa, hechos con productos orgánicos gustaran mucho en el mercado. A su vez, el auge del internet, el trabajo, la falta de tiempo etc., ha hecho que muchas personas consuman alimentos de fácil y rápido acceso; por esta razón, la venta por internet y el servicio a domicilio se ajustan al nuevo estilo de vida de los trabajadores, estudiantes y personas en general.</p> <p>Actualmente en Bucaramanga y Floridablanca, la gente trabaja lejos de sus casas y las personas exigen innovación y un servicio novedoso, de calidad; es por esto que la asesoría nutricional sumada a los menús personalizados es nuestro valor agregado.</p> <p>Con la investigación llevada a cabo se buscó explorar tendencias, con base en una serie de preguntas que fueron respondidas a través de encuestas realizadas a personas de la ciudad de Bucaramanga y Floridablanca. Se encontraron puntos interesantes, la comida sana se está convirtiendo en un producto de consumo masivo y empieza a adquirir mayor importancia dentro de los hábitos alimenticios de la población.</p> <p>La investigación mencionada junto con la intención de nuestro grupo por establecer una posibilidad de negocio, nos ha permitido concluir que el presente proyecto tiene grandes posibilidades de ser aceptado dentro del mercado objetivo y de lograr una participación relevante en el segmento de comidas a domicilio.</p> |
| 14 | FUENTES BIBLIOGRÁFICAS | <p>La dinámica del sector gastronómico y de restaurantes, El Colombiano, Publicación 15 de mayo de 2012.</p> <p>El almuerzo ya no es tan cacero, Portafolio del 4 de diciembre de 2013, Constanza Gómez G. , Redacción de Economía y Negocios</p> <p>Colombia: Balance 2013 y perspectivas 2014, Informe ANDI, diciembre de 2013.</p> <p>Un Buen año para la economía, Revista Semana, publicación 19 de febrero de 2014.</p> <p>Informe de Coyuntura económica regional 2012, DANE.</p> <p>Boletín PIB I Trimestre de 2013, DANE</p> <p>Artículo Caracol Radio "La obesidad en Colombia es un problema de salud pública que ya está en una etapa crítica", del 11 de Febrero 2014</p> <p>American Heart Association</p>   |