

**INNOVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR DE LA HOSTELERÍA: ESTUDIO
DE CASO DE UN BAR EMPRENDEDOR**

AUTOR

LEANDRO BULLA SILVA

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO

FACULTAD DE PRODUCCION

INGENIERÍA ADMINISTRATIVA

MEDELLÍN

2025

**INNOVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR DE LA HOSTELERÍA: ESTUDIO
DE CASO DE UN BAR EMPRENDEDOR**

AUTOR

LEANDRO BULLA SILVA

Realizada en la empresa Esquina Bar

Trabajo de grado para optar al título de Ingeniería Administrativa.

Asesor

Omar Antonio Yarce Marin

Magister en Diseño y Evaluación de Proyectos

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO

FACULTAD DE PRODUCCION

INGENIERÍA ADMINISTRATIVA

MEDELLÍN

2025

Dedicatoria

A mi madre, por ser el pilar de mi vida, por enseñarme con su ejemplo que los sueños se construyen con esfuerzo, y por creer en mí incluso cuando yo dudaba.

Este logro es tan tuyo como mío, porque sin tu amor incondicional, tus sacrificios silenciosos y tu fe constante en mi camino, este proyecto jamás habría sido posible.

Gracias por hacer realidad este sueño.

A mi padre, que ahora me acompaña desde el cielo, porque su amor, sus valores y su ejemplo siguen vivos en mí. Gracias por ser mi guía silenciosa en los momentos difíciles y por habitar cada logro como si estuvieras a mi lado. Este título también es tuyo, papá. Tu ausencia física nunca ha sido olvido, sino impulso, inspiración y fuerza en mi corazón.

Con todo mi amor y eterna gratitud,

Leandro Bulla Silva

Resumen Ejecutivo	12
Glosario	13
1.Introducción	15
2. Planteamiento del Problema	16
2.1. Descripción del Problema:	16
2.1.1. Árbol de Problemas:	17
2.1.2. Árbol de Objetivos:	18
2.1.3. Delimitación del Proyecto:	19
2.1.4. Formulación del Problema:	19
2.1.5. Alternativas de Solución:	19
3.Justificación	25
4.Objetivos	26
4.1. Objetivo general	26
4.2. Objetivos específicos	28
5. Marco teórico	29
5.1. Concepto y Tipos de Innovación en el Sector de Bares	29
5.2. Sostenibilidad en la Industria de la Hostelería: Un Enfoque Integral	33
5.2.1. Dimensiones de la Sostenibilidad en Bares.	34
5.2.2. Certificaciones y Estándares de Sostenibilidad para Bares	35
5.2.3. Beneficios de la Sostenibilidad en Bares	36
5.3. Marketing de Contenidos y Redes Sociales para la Promoción de Bares Sostenibles	36
5.3.1. Estrategias de Marketing de Contenidos para Bares	37
5.3.2. Gestión de Redes Sociales para Bares	38
5.3.3. Medición del Impacto del Marketing Digital en Bares	39
6. Metodología	40
6.1 Enfoque del estudio	40
6.2 Tipo de investigación	41
6.3 Población y muestra	41
6.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	42
6.5 Procedimiento	43
6.6 Análisis de datos	44
6.7 Consideraciones éticas	44
6.8 Cronograma de actividades	44
7. Plan de Negocio	45
7.1. Análisis de mercado	45
7.1.1 Investigación Secundaria	50
7.1.2 Investigación Primaria	50
7.1.3 Validación de Hallazgos	51
7.2 Estrategia de mercadeo	51
7.2.1. Cronograma y recursos	53
7.2.2. Consideraciones de sostenibilidad en el mercadeo	53

7.3. Plan Operativo	54
7.3.1. Estructura y procesos operativos	54
7.3.2. Innovación en la operación	55
7.3.3. Proveedores y alianzas estratégicas	56
7.3.4. Protocolos de sostenibilidad y bioseguridad	56
7.3.5. Indicadores de gestión y mejora continua	56
7.3.6. Plan de contingencia y gestión de riesgos	57
7.3.7. Cronograma operativo	57
7.4 Plan Financiero	58
7.4.1. Objetivo del Plan Financiero	58
7.4.2. Items Financieros Clave	58
7.4.3. Inversión Inicial	60
7.4.4. Proyección de Ingresos y Egresos (5 años)	61
7.4.5. Utilidad Neta	63
7.4.6. Margen de Ganancia (Utilidad / Ingresos)	64
7.4.7 Retorno de la Inversión (ROI)	65
7.4.8. Periodo de Recuperación (Payback)	66
7.4.9. Análisis de Sensibilidad (escenario conservador)	66
7.4.10. Análisis de riesgos financieros	67
8. Análisis de Viabilidad	67
8.1 Viabilidad Técnica	68
8.2 Viabilidad Económica	68
8.3 Viabilidad Comercial	70
8.4 Viabilidad Ambiental	72
8.5 Viabilidad Legal	73
8.6 Análisis de Riesgos	73
8.7. Plan de Seguimiento y Control	74
9. Resultados	75
9.1 Resultados del Análisis de Mercado Realizado	75
9.1.1 Hallazgos sobre el Público Objetivo	75
9.1.2 Análisis de la Competencia Directa e Indirecta	76
9.1.3 Tendencias del Sector Hostelero Aplicables al Emprendimiento	77
9.2 Resultados de la Formulación de la Estrategia de Mercadeo	77
9.2.1 Estrategias de Producto/Servicio Innovador y Sostenible	77
9.2.2 Estrategia de Precios	78
9.2.3 Canales de Distribución y Estrategia de Plaza	78
9.2.4 Plan de Promoción y Comunicación	78
9.3 Resultados del Diseño del Plan Operativo	78
9.3.1 Estructura Organizacional Propuesta	78
9.3.2 Procesos Clave del Negocio	78
9.3.3 Requerimientos de Infraestructura, Equipos y Tecnología	79

9.4 Resultados de la Proyección del Plan Financiero	79
9.4.1. Análisis de sensibilidad financiera	80
9.4.2 Cálculo del Punto de Equilibrio	81
9.5 Resultados del Análisis de Viabilidad Integral	81
9.5.1 Viabilidad Técnica	81
9.5.2 Viabilidad Económica y Financiera	81
9.5.3 Viabilidad Comercial y de Mercado	82
9.5.4 Viabilidad Legal y Normativa	82
9.6 Resultados del Análisis de Riesgos y Plan de Mitigación	82
9.7 Implicaciones para la Toma de Decisiones	83
10. Conclusiones	83
10.1 Conclusiones Fundamentales del Proyecto de Emprendimiento	83
10.2 Nivel de Cumplimiento de los Objetivos General y Específicos	84
10.3 Aportes de la Investigación y la Propuesta de Emprendimiento al Sector de la Hostelería y la Sostenibilidad en Medellín	84
10.4 Identificación de las Limitaciones Encontradas Durante el Desarrollo del Proyecto	85
10.5. Futuras líneas de investigación	85
11. Recomendaciones	86
11.1. Recomendaciones para la Implementación del Proyecto	86
11.1.1. Recomendaciones Estratégicas	86
11.1.1.1. Enfoque en el Segmento de Mercado Específico	86
11.1.1.2. Desarrollo de la Propuesta de Valor Diferencial	87
11.1.1.3. Estrategias de Marketing y Promoción Inicial	88
11.1.2. Recomendaciones Operativas	88
11.1.2.1. Selección y Capacitación del Personal	88
11.1.2.2. Optimización de la Cadena de Suministro	89
11.1.2.3. Implementación de Prácticas Sostenibles	90
11.1.2.4. Gestión de Calidad y Servicio al Cliente	91
11.1.3. Recomendaciones Financieras	91
11.1.3.1. Estrategias de Financiamiento Inicial	91
11.1.3.2. Control y Monitoreo de Costos	92
11.1.3.3. Proyecciones Financieras y Escenarios	92
11.1.4. Recomendación sobre Validación Continua y Adaptabilidad del Modelo de Negocio	93
11.1.5. Recomendación sobre Gestión Financiera y Monitoreo del Presupuesto	94
11.2. Recomendaciones para Futuras Investigaciones	95
11.2.1. Evaluación del impacto de las prácticas sostenibles	95
11.2.2. Análisis de la Competencia a Largo Plazo	96
11.2.3. Evaluación del Impacto de las Prácticas Sostenibles	96
11.2.4. Exploración de Nuevas Tecnologías en el Sector	96
12. Cronograma de Implementación	97

12.1. Fases del Proyecto de Implementación	99
12.1.1. Fase 1: Planificación y Pre-Apertura (Mes 1-3)	99
12.1.1.1. Constitución Legal y Trámites	99
12.1.1.2. Búsqueda y Adecuación del Local	99
12.1.1.3. Contratación y Capacitación del Personal Clave	100
12.1.1.4. Desarrollo de la Identidad de Marca y Marketing Pre-Lanzamiento	100
12.1.2. Fase 2: Lanzamiento y Operación Inicial (Mes 4-6)	100
12.1.2.1. Apertura del Bar y Evento de Lanzamiento	100
12.1.2.2. Implementación de la Estrategia de Marketing y Promoción	100
12.1.2.3. Monitoreo y Ajuste de la Operación	101
12.1.2.4. Recopilación de Feedback de los Clientes	101
12.1.3. Fase 3: Crecimiento y Consolidación (Mes 7-12)	101
12.1.3.1. Evaluación del Desempeño y Ajustes Estratégicos	101
12.1.3.2. Implementación de Programas de Fidelización	101
12.2. Diagrama de Gantt Detallado	101
12.2.1. Tareas, Duración y Dependencias	102
12.2.2. Responsables de Cada Tarea	102
12.2.3. Hitos Clave del Proyecto	103
13. Presupuesto Detallado	103
13.1. Inversión Inicial	105
13.1.1. Gastos Pre-Operacionales	105
13.1.1.1. Trámites Legales y Licencias	105
13.1.1.2. Diseño y Adecuación del Local	105
13.1.1.3. Equipamiento y Mobiliario	105
13.1.1.4. Marketing y Publicidad de Lanzamiento	106
13.1.2. Capital de Trabajo Inicial	106
13.1.2.1. Inventario Inicial	106
13.1.2.2. Gastos Operativos del Primer Mes (Alquiler, Servicios, Nómina)	106
13.1.2.3. Reserva para Imprevistos	106
13.2. Costos Operativos Mensuales	107
13.2.1. Costos de Materia Prima e Insumos	107
13.2.2. Gastos de Personal (Salarios, Beneficios)	107
13.2.3. Gastos de Alquiler y Servicios Públicos	107
13.2.4. Gastos de Marketing y Promoción Continua	107
13.2.5. Gastos Administrativos y Generales	107
13.3. Proyecciones de Ingresos y Rentabilidad	108
13.3.1. Estimación de Ventas	108
13.3.2. Análisis de Costo-Volumen-Utilidad	108
13.3.3. Punto de Equilibrio	108
13.3.4. Flujo de Caja Proyectado	108
13.3.5. Indicadores de Rentabilidad	109

13.4 Proyecciones Financieras a 3 Años	110
13.4.1. Supuestos Financieros para la Proyección	110
13.4.2. Estado de Resultados Proyectado (2025 - 2027)	110
13.4.3. Flujo de Caja Proyectado (2025 - 2027)	111
13.4.4. Análisis e Interpretación	112
13.5 Análisis de Sensibilidad: Escenarios Financieros	112
13.5.1. Proyección de Utilidad Neta según Escenario (Año 1)	113
13.5.2. Interpretación del Análisis de Escenarios	114
13.6 Estrategia de Financiación y Cronograma de Desembolsos	115
13.6.1. Fuentes de Financiación Propuestas	115
13.6.2. Cronograma de Desembolsos por Fase	116
14. Referencias Bibliográficas	117

Índice de Figuras

Figura 1. Árbol de problemas del bar emprendedor en Medellín	17
Figura 2. Árbol de objetivos propuesto para el bar emprendedor en Medellín	18
Figura 3. Diagrama de Gantt detallado del proyecto Esquina Bar.....	102

Índice de Tablas

Tabla 1. Alternativas de solución para la innovación y sostenibilidad en Esquina Bar	19
Tabla 2. Evaluación de alternativas estratégicas para Esquina Bar según criterios de impacto, viabilidad y recursos	24
Tabla 3. Indicadores del objetivo general del proyecto	27
Tabla 4. Indicadores para los objetivos específicos	28
Tabla 5. Matriz de ventaja competitiva de Esquina Bar	46
Tabla 6. Segmentación del público objetivo	47
Tabla 7. Análisis FODA específico para Belén/Los Alpes	47
Tabla 8. Benchmarking cuantitativo vs competidores directos.....	48
Tabla 9. Cronograma de ejecución de actividades de marketing	53
Tabla 10. Procesos operativos clave en Esquina Bar.....	54
Tabla 11. Indicadores de gestión y mejora continua del bar	57
Tabla 12. Cronograma operativo del primer año de implementación.....	58
Tabla 13. Desglose de la inversión estimada para Esquina Bar.....	60
Tabla 14. Proyección de ingresos anuales para Esquina Bar.....	61
Tabla 15. Proyección de egresos anuales del bar.....	62

Tabla 16. Utilidad neta antes de impuestos.....	63
Tabla 17. Margen de ganancia proyectadas de esquina bar.....	64
Tabla 18. ROI acumulado = Utilidades acumuladas / Inversión inicial.....	65
Tabla 19. Matriz de riesgos financieros.....	67
Tabla 20. Escenarios financieros de viabilidad (a 12 meses).....	69
Tabla 21. Análisis comparativo de competencia directa.....	71
Tabla 22. Matriz de priorización de riesgos.....	73
Tabla 23. Indicadores de viabilidad y seguimiento del desempeño.....	75
Tabla 24. Comparación de precios entre Esquina Bar y la competencia directa.....	76
Tabla 25. Escenarios financieros proyectados según tasa de ocupación.....	79
Tabla 26. Análisis de sensibilidad sobre la utilidad neta proyectada (año 1).....	80
Tabla 27. Matriz de riesgos y plan de mitigación	82
Tabla 28. Acciones recomendadas para consolidar el enfoque hacia el segmento joven-universitario	87
Tabla 29. Acciones para la selección y capacitación del personal alineadas con sostenibilidad y servicio.....	89
Tabla 30. Prácticas operativas sostenibles implementadas en Esquina Bar.....	90

Tabla 31. Acciones para el control y monitoreo de costos en Esquina Bar.....	92
Tabla 32. Escenarios proyectados para la gestión financiera del bar.....	93
Tabla 33. Indicadores para evaluar el impacto de las prácticas sostenibles en Esquina Bar.....	95
Tabla 34. Tecnologías emergentes aplicables a bares sostenibles.....	97
Tabla 35. Cronograma de implementación del bar emprendedor Esquina Bar.....	97
Tabla 36. Resumen consolidado del presupuesto del proyecto Esquina Bar.....	103
Tabla 37. Indicadores clave de rentabilidad del proyecto Esquina Bar.....	109
Tabla 38. Supuestos financieros para proyecciones a 3 años.....	110
Tabla 39. Estado de resultados proyectado (2025–2027)	110
Tabla 40. Flujo de caja proyectado (2025–2027).....	111
Tabla 41. Proyección de utilidad neta según escenario financiero (Año 1).....	113
Tabla 42. Proyección de utilidad neta según escenario financiero (Año 1).....	114
Tabla 43. Fuentes de financiación para la implementación del bar Esquina Bar.....	115
Tabla 44. Desembolsos proyectados por fase de implementación.....	116

Resumen Ejecutivo

Título del proyecto: Innovación y sostenibilidad en el sector de la hostelería: estudio de caso de un bar emprendedor

Autor: Leandro Bulla Silva – Estudiante de Ingeniería Administrativa

Empresa: Esquina Bar – Medellín, Comuna 16, Belén Los Alpes

Este proyecto de grado se desarrolló en el marco de la creación y consolidación de Esquina Bar, un emprendimiento propio que busca integrar prácticas innovadoras y sostenibles en el sector de bares de Medellín. El trabajo aborda la necesidad urgente de diferenciarse en un mercado altamente competitivo y alinearse con las nuevas demandas de consumidores jóvenes, cada vez más conscientes del impacto ambiental y social de sus decisiones de consumo.

El problema central identificado fue la dificultad de los bares tradicionales para integrar innovación y sostenibilidad en sus operaciones, lo que limita su crecimiento y posicionamiento. En respuesta, el objetivo general del proyecto fue diseñar un modelo de negocio innovador y sostenible que fuera viable técnica, comercial, financiera, ambiental y legalmente. Los objetivos específicos incluyeron: aumentar el reconocimiento de marca, reducir el impacto ambiental, mejorar la experiencia del cliente e implementar estrategias de marketing digital y prácticas operativas responsables.

Se aplicó una metodología de enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo), utilizando encuestas a clientes, entrevistas a empleados, observación directa y análisis financiero. El estudio permitió validar las necesidades del público objetivo (jóvenes universitarios de 18 a 30 años), identificar oportunidades de diferenciación a través de la economía circular y confirmar la viabilidad del modelo en términos de rentabilidad, operatividad y sostenibilidad.

Entre los resultados más destacados se encuentran: el desarrollo de una propuesta de valor basada en menús circulares, experiencias educativas y alianzas con proveedores locales; la proyección de un retorno de inversión en menos de 18 meses; y una reducción estimada del 30% en residuos mediante prácticas operativas sostenibles. Además, se definieron indicadores clave de desempeño y se estructuró un plan de implementación con cronograma, presupuesto y estrategias de mitigación de riesgos.

Este estudio aporta valor agregado al combinar una visión académica con la ejecución práctica de un emprendimiento real, convirtiéndose en una guía replicable para futuros emprendedores responsables.

Glosario

- 1. Innovación:** Hace referencia a ideas nuevas o mejoras significativas en productos, servicios o procesos para generar valor y diferenciarse en el mercado.
- 2. Sostenibilidad:** Es la capacidad de un negocio para operar sin comprometer los recursos naturales ni afectar negativamente el entorno social, económico y ambiental.
- 3. Economía circular:** Modelo de producción que busca reducir al máximo los residuos, reutilizando y reciclando materiales para extender su vida útil.
- 4. Marketing digital:** Conjunto de estrategias de promoción y comunicación que se realizan a través de plataformas y herramientas en internet, como redes sociales, sitios web y correo electrónico.
- 5. Responsabilidad social empresarial (RSE):** Compromiso de una empresa con la comunidad, el medio ambiente y sus trabajadores, más allá del beneficio económico.
- 6. Huella ecológica:** Medida del impacto ambiental que genera una actividad humana, como el consumo de energía, agua o generación de residuos.
- 7. Clientes objetivo:** Grupo de personas al que una empresa dirige su oferta, por compartir características similares como edad, intereses o ubicación.
- 8. Propuesta de valor:** Beneficio único o diferenciado que una empresa ofrece a sus clientes para satisfacer sus necesidades mejor que la competencia.
- 9. Certificación ambiental:** Reconocimiento oficial que demuestra que un negocio aplica prácticas respetuosas con el medio ambiente, como el uso eficiente de recursos.
- 10. Buenas prácticas de manufactura (BPM):** Conjunto de normas de higiene y calidad que

garantizan la seguridad y limpieza en la preparación de alimentos y bebidas.

1.Introducción

El sector de la hostelería, y en particular los bares, desempeña un papel fundamental tanto en la economía local como en la global. Tomando Medellín como ejemplo: según Asobares Antioquia, hay alrededor de 3,000 bares y discotecas, lo que muestra un mercado muy competitivo, pero también lleno de oportunidades de crecimiento. Sin embargo, los bares se enfrentan a varios desafíos que deben superar para seguir siendo competitivos y sostenibles a largo plazo, desafíos como: Alta Competencia; El mercado de bares en Medellín está cada vez más saturado, lo que obliga a los propietarios a encontrar maneras creativas de destacar y atraer a los clientes. A pesar de esta intensa competencia, el sector todavía ofrece oportunidades de crecimiento, especialmente para aquellos bares que logran adaptarse a las tendencias actuales del mercado.

Cambio en las preferencias del consumidor: Los clientes de bares están buscando cada vez más experiencias únicas y personalizadas, además de mostrar un interés creciente por productos sostenibles. Este cambio en el comportamiento de los consumidores está impulsado por una mayor conciencia sobre el bienestar social y ambiental, lo que obliga a los bares a adaptarse rápidamente a estas nuevas demandas. En este sentido, la capacidad de ofrecer experiencias auténticas y comprometidas con la sostenibilidad puede convertirse en una ventaja competitiva para los bares más innovadores.

Necesidad de Sostenibilidad: La creciente presión para reducir el impacto ambiental y adoptar prácticas más responsables ha llevado a muchos bares a reconsiderar sus procesos. Aunque implementar prácticas sostenibles es esencial para el futuro del sector, los bares todavía enfrentan barreras significativas para hacerlo de manera efectiva.

Según las estadísticas de Asobares Antioquia, las ventas de bares han mostrado fluctuaciones debido a factores como la inflación y la desaceleración del consumo en los últimos años. Sin embargo, se

espera un repunte en 2025, lo que representa una oportunidad de recuperación y crecimiento para los bares que logren adaptarse a los nuevos requerimientos del mercado.

Además, para 2025, se espera que continúen tendencias clave como la preferencia por lo sostenible. Las tendencias actuales apuntan a que los consumidores buscan lugares que ofrezcan una experiencia auténtica y responsable, lo que puede ser un motor de innovación y diferenciación para los bares que logren integrar estos aspectos en su oferta.

2. Planteamiento del Problema

2.1. Descripción del Problema:

A pesar del crecimiento turístico y la expansión del mercado nocturno, muchos bares no logran destacarse debido a factores como:

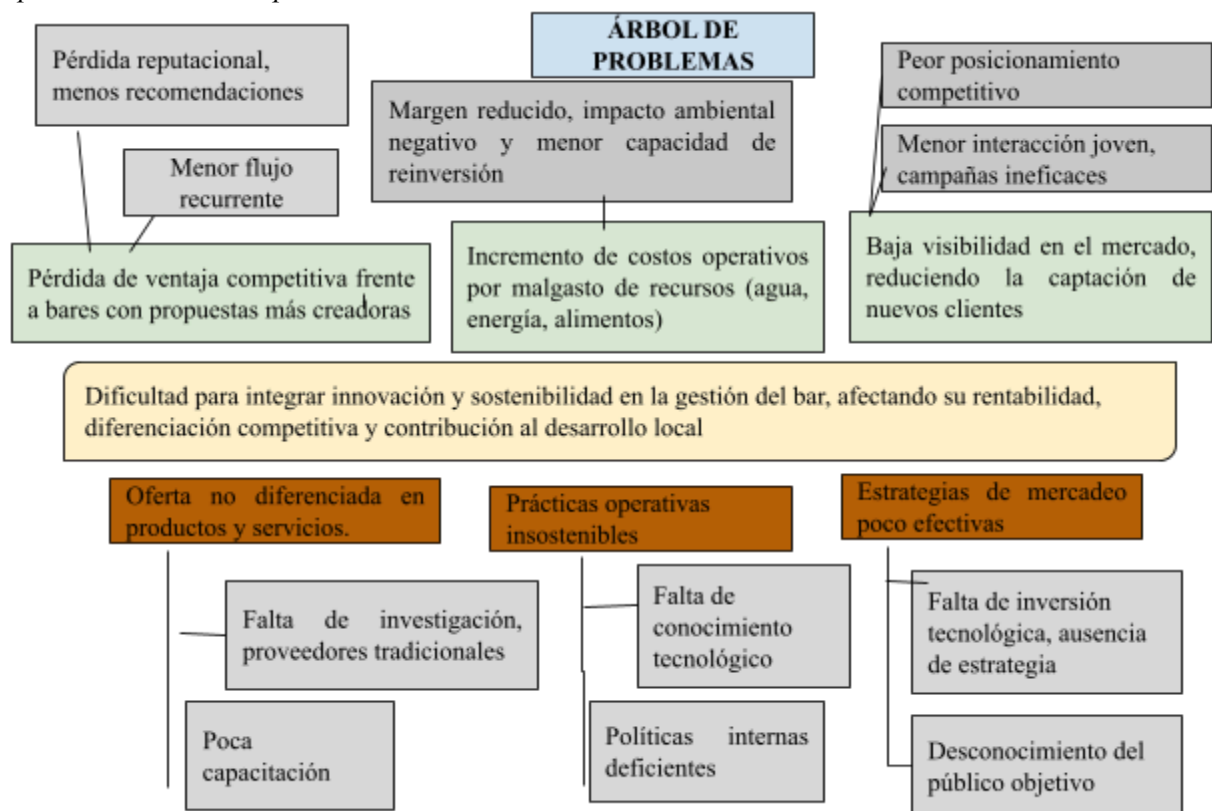
- **Factores económicos:** Los altos costos iniciales asociados con la implementación de prácticas sostenibles e innovadoras representan una barrera significativa para muchos bares, especialmente para aquellos con recursos limitados o en áreas de bajo rendimiento económico.
- **Factores culturales:** Existe una resistencia al cambio por parte de algunos propietarios y empleados, quienes pueden estar acostumbrados a los métodos tradicionales y temen que la innovación implique riesgos económicos o operativos.
- **Falta de conocimiento:** Muchos bares carecen de acceso a formación o recursos sobre sostenibilidad e innovación, lo que dificulta la implementación de prácticas responsables. La escasa información disponible sobre cómo integrar soluciones sostenibles de manera rentable es otro factor que limita la adopción de estas prácticas.

- **Oferta no diferenciada:** La saturación del mercado hace que sea difícil atraer clientes sin propuestas innovadoras.
- **Marketing digital inefectivo:** Aunque las redes sociales son una herramienta clave, su uso inadecuado genera baja visibilidad.

2.1.1. Árbol de Problemas:

Figura 1

Árbol de problemas del bar emprendedor en Medellín



Nota. Elaboración propia a partir del diagnóstico interno del bar y análisis del contexto sectorial en Medellín.

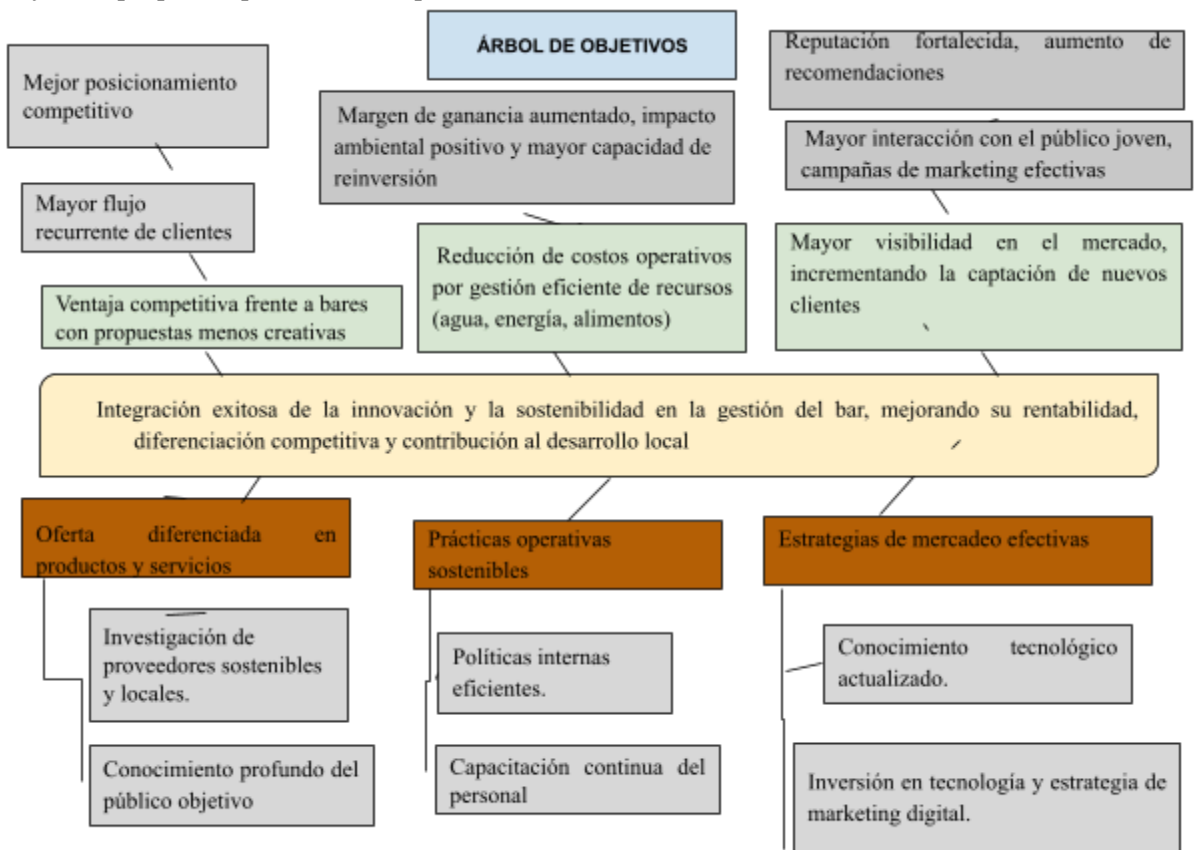
Este árbol de problemas representa visualmente las causas y consecuencias de la dificultad principal del bar para integrar innovación y sostenibilidad en su operación diaria. La raíz del problema se vincula con deficiencias internas, falta de conocimiento y estrategias ineficaces,

mientras que las ramas expresan sus efectos negativos sobre la rentabilidad, visibilidad y competitividad.

2.1.2. Árbol de Objetivos:

Figura 2

Árbol de objetivos propuesto para el bar emprendedor en Medellín



Nota. Elaboración propia basada en la formulación estratégica del modelo de negocio sostenible.

Este árbol de objetivos establece la visión positiva del proyecto, transformando los problemas identificados en metas estratégicas. Muestra cómo la implementación de prácticas sostenibles, estrategias de mercadeo efectivas y una oferta diferenciada puede mejorar la rentabilidad y el posicionamiento del bar.

2.1.3. Delimitación del Proyecto:

El proyecto se centra en el diseño e implementación de estrategias innovadoras y sostenibles para la gestión de un bar emprendedor ubicado en Medellín. Este estudio se delimita en los siguientes aspectos:

- El enfoque principal será el mercado local de Medellín, considerando las características específicas de su industria hostelera y las preferencias de los consumidores en esta región.
- El análisis y desarrollo de las estrategias se realizará durante el año 2025, con proyección de implementación a corto plazo (1 año) y evaluación de resultados a mediano plazo (3 años).
- El proyecto se limita al sector de bares, excluyendo otros tipos de establecimientos hosteleros como restaurantes o cafeterías.
- Se abordarán tres pilares fundamentales: innovación en la oferta gastronómica, sostenibilidad operativa y estrategias efectivas de marketing digital.
- El proyecto busca desarrollar un modelo de negocio replicable que sirva como ejemplo para otros emprendedores en el sector hostelero.

2.1.4. Formulación del Problema:

¿Cómo puede un bar emprendedor en Medellín integrar la innovación y la sostenibilidad en su gestión para mejorar la experiencia del cliente, optimizar su rentabilidad y contribuir al desarrollo económico local?

2.1.5. Alternativas de Solución:

Tabla 1

Alternativas de solución para la innovación y sostenibilidad en Esquina Bar

ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN	ACCIONES	MEDIOS
Oferta diferenciada en productos y servicios.	<p>Diseñar y crear un menú innovador que ofrezca opciones únicas y atractivas, alineadas con las tendencias actuales de consumo, como cócteles sostenibles, alternativas sin alcohol y menús de temporada.</p> <p>Crear un ambiente distintivo y único en el bar, con decoraciones y temáticas que resaltan la innovación y la creatividad.</p> <p>Establecer alianzas con proveedores locales para ofrecer productos frescos y exclusivos, apoyando así la economía local y garantizando la calidad.</p>	<p>Recursos materiales: Equipos de cocina de calidad, decoración del local, materiales reciclables para menús y empaques, tecnología de punto de venta.</p> <p>Talento humano: Chef creativo y experimentado, personal capacitado en atención al cliente, diseñadores de interiores y expertos en marketing gastronómico.</p>

<p>Prácticas operativas sostenibles.</p>	<p>Implementar un sistema de gestión de residuos, promoviendo la reducción, reutilización y reciclaje.</p> <p>Adoptar el uso de energías renovables o dispositivos de bajo consumo de energía en el bar</p> <p>Uso responsable de bebidas y alimentos, priorizando proveedores que utilicen prácticas agrícolas sostenibles o que ofrezcan productos orgánicos y locales, por ejemplo jarabes de frutas locales para hacer cócteles.</p> <p>Capacitar al personal sobre prácticas sostenibles, incluyendo el manejo eficiente del agua y la reducción del desperdicio de alimentos.</p>	<p>Recursos materiales: Contenedores de reciclaje, tecnología eficiente en energía (bombillos LED, electrodomésticos de bajo consumo), materiales biodegradables, decibelímetros proporcionados por la alcaldía.</p> <p>Talento humano: Gerente de sostenibilidad, personal capacitado en prácticas sostenibles, equipo encargado de la gestión de residuos e ingenieros ambientales para auditorías.</p>

	<p>Participar en la estrategia de control de ruido de la Alcaldía de Medellín para certificarse como establecimiento sostenible.</p>	
<p>Estrategias de mercadeo efectivas.</p>	<p>Desarrollar campañas de marketing digital para atraer a los clientes, utilizando redes sociales, influencers locales y estrategias de posicionamiento.</p> <p>Crear promociones y eventos especiales que destacan la oferta innovadora del bar, como noches temáticas, presentaciones en vivo o catas de productos.</p> <p>Fomentar la fidelidad de los clientes mediante un programa de recompensas o descuentos especiales para clientes frecuentes.</p> <p>Mejorar la visibilidad en la</p>	<p>Recursos materiales: Plataforma de redes sociales, página web, material promocional (folletos, carteles, anuncios online), software de gestión de clientes.</p> <p>Talento humano: Especialista en marketing digital, diseñador gráfico, community manager, personal encargado de las relaciones públicas.</p>

	comunidad local a través de alianzas con otras empresas y participación en eventos del barrio o ciudad.	
--	---	--

Nota. Elaboración propia con base en el diagnóstico del bar y tendencias sostenibles del sector

Esta tabla presenta tres enfoques clave para mejorar el rendimiento y la sostenibilidad del bar: oferta diferenciada, prácticas operativas sostenibles y estrategias de mercadeo. Cada alternativa incluye acciones específicas y los recursos necesarios.

Impacto Financiero (Costo-Beneficio):

Definición: Esta variable mide el retorno económico que se espera de cada alternativa en relación con la inversión requerida. Considera tanto los costos directos (implementación, operación) como los beneficios esperados (aumento de ingresos, reducción de gastos, etc.).

Viabilidad y Riesgos:

Definición: Esta variable evalúa la probabilidad de éxito de cada alternativa, considerando los riesgos asociados y la disponibilidad de recursos. Incluye factores como la complejidad de la implementación, la incertidumbre del mercado, la disponibilidad de personal capacitado y la posible resistencia al cambio.

Recursos y Capacidad de Implementación:

Definición: Esta variable evalúa si la organización cuenta con los recursos necesarios (financieros, humanos, tecnológicos) para implementar cada alternativa con éxito. Considera la disponibilidad de

personal capacitado, la infraestructura existente, la capacidad de gestión del proyecto y el tiempo necesario para la implementación.

Tabla 2

Evaluación de alternativas estratégicas para Esquina Bar según criterios de impacto, viabilidad recursos

Evalúe según la siguiente escala				
Sin Impacto	Impacto Bajo	Indiferente	Adecuado	Alto impacto
1	3	5	7	9

<i>Peso de cada Impacto en cada solución. Se elige la de mayor impacto valor entre 0 y 100. Debe sumar 100%</i>						
Peso		30	30	40		
Soluciones		Impacto Financiero (Costo-Beneficio)	Viabilidad y Riesgos	Recursos y Capacidad de Implementación		Evaluación
Oferta diferenciada en productos y servicios.		7	6	8		7.1

Prácticas operativas sostenibles.		8	5	6		6.3
Estrategias de mercadeo efectivas.		9	7	9		8.4
SELECCIÓN (Alternativa 3)						

Nota. Se presenta una matriz de evaluación ponderada para seleccionar la mejor alternativa, considerando impacto financiero, viabilidad, recursos y una evaluación final. Elaboración propia (2025).

3. Justificación

El crecimiento del emprendimiento en el sector de bares ofrece una oportunidad excepcional para poner en práctica los conceptos teóricos que hemos aprendido en la carrera de Ingeniería Administrativa. Al crear un modelo de negocio que sea tanto innovador como sostenible, no solo buscamos alcanzar el éxito empresarial, sino también motivar a otros emprendedores a adoptar enfoques responsables en sus propios proyectos. Este enfoque tiene como objetivo equilibrar la rentabilidad económica con la responsabilidad social y ambiental, promoviendo así un desarrollo económico que respete y proteja nuestro entorno.

Este trabajo de grado tiene un valor añadido significativo en comparación con otros proyectos similares, ya que no solo servirá como una guía para la creación de mi propio bar, sino que también enriquecerá el conocimiento colectivo sobre cómo gestionar un establecimiento hostelero con una visión moderna. La investigación permitirá identificar tanto las oportunidades como los desafíos que

enfrentarán los futuros emprendedores en este sector tan dinámico, proporcionando herramientas para una gestión responsable e innovadora de bares, alineada con las tendencias de sostenibilidad y los cambios en las preferencias del consumidor.

El sector hostelero es crucial para la economía local de Medellín, representando entre el 8 % y el 9 % del PIB, según estudios recientes. Este impacto económico se complementa con su capacidad para revitalizar comunidades a través de la creación de empleo y oportunidades empresariales. Sin embargo, este crecimiento debe estar en sintonía con las demandas actuales de sostenibilidad e innovación.

Este proyecto tiene como objetivo abordar estas necesidades mediante el diseño e implementación de estrategias que no solo mejoren la rentabilidad del bar emprendedor, sino que también generen beneficios tangibles a nivel social y ambiental. Entre estos beneficios se incluyen:

- La creación de empleo local, tanto directo como indirecto.
- La reducción del impacto ambiental a través de prácticas operativas sostenibles.
- La promoción del comercio justo al colaborar con proveedores locales.

Además, este trabajo aporta un valor agregado significativo al integrar un enfoque estratégico que combina innovación, sostenibilidad y marketing digital. Esto lo convierte en un modelo replicable para otros emprendedores interesados en transformar sus negocios dentro del sector hostelero.

Impacto esperado.

- Económico: Incremento en los ingresos mediante una oferta diferenciada y sostenible.
- Social: Generación de empleo local y fortalecimiento de cadenas productivas comunitarias.
- Ambiental: Reducción significativa en el consumo energético y gestión eficiente de residuos.

4.Objetivos

4.1. Objetivo general

Integrar eficientemente la innovación y la sostenibilidad en la gestión del bar emprendedor.

Tabla 3

Indicadores del objetivo general del proyecto

Indicador	Definición	Método de Cálculo	Unidad de Medida	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación
Nivel de integración de innovación y sostenibilidad Meta: Incorporar al menos 10 nuevas prácticas innovadoras y sostenibles en la gestión del bar durante el primer año.	Este indicador mide cuán bien se están implementando prácticas innovadoras y sostenibles en la gestión del bar.	Se evalúan las acciones llevadas a cabo en relación con la innovación y la sostenibilidad.	Porcentaje (%) de actividades innovadoras y sostenibles implementadas	Anual	Informes internos, encuestas a empleados y clientes, auditorías medioambientales
Reducción de residuos Meta: Reducir los residuos un 30 % durante el primer año	Cuantifica la cantidad de residuos que se han reciclado o reducido gracias a prácticas sostenibles.	Se compara la cantidad de residuos generados antes y después de implementar estas prácticas.	Kilogramos de residuos reducidos o reciclados	Mensual	Informes de gestión de residuos, auditorías medioambientales

Satisfacción del cliente con las prácticas sostenibles	Mide el nivel de satisfacción de los clientes respecto a las prácticas sostenibles del bar.	Se realiza una encuesta de satisfacción al cliente para conocer su opinión sobre las prácticas sostenibles	Se realiza una encuesta de satisfacción al cliente para conocer su opinión sobre las prácticas sostenibles	Mensual	Resultados de encuestas de clientes
--	---	--	--	---------	-------------------------------------

Nota. Elaboración propia a partir del plan estratégico de sostenibilidad del bar.

4.2. Objetivos específicos

Incrementar el reconocimiento de la marca en un 40% en el mercado objetivo durante el próximo año, mediante la implementación de una estrategia de marketing de contenidos centrada en la creación de contenido de valor, la participación activa en redes sociales y la colaboración con influencers relevantes.

Tabla 4
Indicadores para los objetivos específicos

Indicador	Definición	Método de Cálculo	Unidad de Medida	Frecuencia de Medición	Medios de Verificación
-----------	------------	-------------------	------------------	------------------------	------------------------

<p>Porcentaje de aumento en la interacción en redes sociales</p> <p>Meta: Incrementar en un 20% las interacciones en redes sociales dentro de los próximos 6 meses. Esta meta busca un crecimiento moderado y sostenible en la participación de los usuarios con el contenido de la marca.</p>	<p>Medición del incremento en la participación del público objetivo con el contenido de la marca en redes sociales</p>	<p>(Interacciones actuales / Interacciones iniciales) * 100</p>	<p>Porcentaje (%)</p>	<p>Mensual</p>	<p>Herramientas de análisis de redes sociales.</p>
<p>Porcentaje de aumento en el tráfico Web orgánico</p> <p>Meta: Obtener un incremento del 15% en el tráfico web orgánico cada mes durante los próximos 3 meses.</p>	<p>Medición del incremento en el tráfico de usuarios que llegan al sitio web de la marca a través de búsquedas orgánicas</p>	<p>(Tráfico web orgánico actual / Tráfico web orgánico inicial) * 100</p>	<p>Porcentaje (%)</p>	<p>Mensual</p>	<p>Google Analytics</p>

Nota. Elaboración propia con base en los objetivos de marketing del bar.

5. Marco teórico

5.1. Concepto y Tipos de Innovación en el Sector de Bares

La innovación en hostelería, enfocándonos en este caso en los bares, se define como la implementación de cambios significativos en los productos, los procesos o las estrategias del bar para generar una ventaja competitiva y responder a las demandas del mercado (Sillasmesas, 2019).

En el contexto de los bares, se clasifica en tres categorías principales:

Innovación de Producto (Bebidas, Alimentos, Experiencias).

Se hace referencia a la creación o mejora de ofertas para diferenciarse de la competencia. Incluye:

Bebidas innovadoras. Desarrollaremos cócteles con ingredientes locales, como frutas tropicales de Antioquia, y opciones sin alcohol, alineados con las tendencias de consumo saludable (Sillasmesas, 2019).

Experiencias multisensoriales. Haremos uso de la realidad aumentada para visualizar los platos o los cócteles antes de tomar los pedidos, y también implementaremos menús digitales interactivos donde estos puedan detallar origen de ingredientes (Ulama México, s.f.).

Sostenibilidad como valor agregado. Se introducirán bebidas con hielo ecológico, también vasos biodegradables, para responder a la conciencia ambiental de los consumidores en Medellín, práctica que está ganando fuerza en la industria de bares para mejorar la reputación y atraer clientes conscientes del medio ambiente (Diageo Bar Academy, 2024).

Innovación de Proceso (Gestión, Operaciones, Servicio).

Buscaremos optimizar la eficiencia operativa y así poder reducir costos mediante el uso de tecnologías:

Plataformas integradas de gestión. Se hará uso de plataformas que funcionan en la nube como por ejemplo “Loggro Restobar”, que permite entre otras cosas, unificar reservas, pedidos y pagos, incluso sin conexión a internet (Sillasmesas, 2019).

Logística sostenible. Se gestionará con proveedores locales para reducir huella de carbono, complementado con apps que miden el impacto ambiental de cada producto (Diageo Bar Academy, 2024).

Innovación de Marketing (Promoción, Comunicación, Fidelización).

Aquí se gestionarán e implementarán estrategias digitales y analógicas para aumentar visibilidad y lealtad, por ejemplo:

Personalización basada en datos. Uso de CRM para enviar ofertas segmentadas (ejemplo: happy hours para clientes que frecuentan los jueves) (Sillasmesas, 2019).

Alianzas con influencers locales. Se buscarán colaboraciones con creadores de contenido en Instagram para posicionar el bar como destino de experiencias “instagrameables” (Sillasmesas, 2019).

Programas de fidelización gamificados. Sistemas de recompensas mediante tokens digitales intercambiables por experiencias exclusivas (Sillasmesas, 2019).

En Medellín, donde el 74% de los negocios hosteleros ya invierten en tecnología, estas estrategias nos permiten destacarnos en un mercado saturado con más de 3,000 bares (Sillasmesas, 2019).

Estudios recientes indican que la innovación en productos y procesos tiene un impacto positivo en el desarrollo empresarial en el sector gastronómico, evidenciando la necesidad de priorizar estrategias innovadoras para competir en mercados saturados (Revista InveCom, 2025).

La creatividad es fundamental para desarrollar experiencias únicas que atraigan a los clientes. Esto incluye:

Menús innovadores. Se incorporan ingredientes locales y técnicas de preparación novedosas para crear cócteles y platos distintivos, como ya se observa en la tendencia actual de mixología avanzada

(Sillasmesas, 2019). Esta práctica no solo mejora la diferenciación, sino que también responde a la creciente demanda de productos auténticos y sostenibles (Diageo Bar Academy, 2024).

Ambientes temáticos. Diseñar espacios que cuenten historias o reflejen la cultura local, y así generar una experiencia multisensorial que los clientes quieran compartir en redes sociales (Ulama México, s.f.). Este enfoque se alinea con estrategias de marketing experiencial que priorizan la creación de conexiones emocionales con los clientes (Sillasmesas, 2019).

Eventos creativos. Organizar noches de micrófono abierto o tardes de juegos, lo que no solo atrae a más clientes sino que también fomenta un sentido de comunidad (Sillasmesas, 2019). Estas iniciativas fortalecen la lealtad de los clientes y generan contenido orgánico en plataformas digitales (Revista InveCom, 2025).

Adaptabilidad y flexibilidad.

La capacidad de adaptarse a las tendencias y cambios en el mercado es crucial para mantenerse relevante:

Tendencias emergentes. Siempre estar al tanto de las últimas tendencias en bebidas, como el consumo sostenible y opciones saludables, para ajustar la oferta rápidamente (Diageo Bar Academy, 2024).

Feedback del cliente. Tener una base de datos y recopilar y actuar sobre comentarios de los clientes para mejorar continuamente la experiencia ofrecida (Sillasmesas, 2019).

Tecnología integrada. Se gestionará e implementará sistemas digitales para optimizar procesos y responder a las necesidades cambiantes del cliente (Ulama México, s.f.).

Orientación al cliente.

Entender y satisfacer las necesidades del cliente es fundamental para poder generar lealtad y recomendaciones:

Conocimiento del cliente. Identificar preferencias y comportamientos para ofrecer experiencias personalizadas que aporten valor agregado (Sillasmesas, 2019).

Servicio excepcional. Capacitar al personal para brindar un servicio atento y personalizado, lo que puede convertir a un cliente ocasional en un cliente recurrente (Revista InveCom, 2025).

Comunicación efectiva. Utilizar redes sociales para mantener una comunicación constante con los clientes y promocionar eventos y ofertas especiales (Sillasmesas, 2019).

Cultura de la Innovación.

Emprendimiento interno. Fomentar la creatividad entre los empleados, permitiéndoles proponer nuevas ideas y proyectos (Revista InveCom, 2025).

Aprendizaje continuo. Proporcionar capacitaciones y talleres que mantengan al personal actualizado sobre las últimas tendencias y tecnologías (Sillasmesas, 2019).

Experimentación segura. Crear un entorno donde se puedan probar nuevas ideas sin miedo al fracaso, aprendiendo de cada experiencia (Revista InveCom, 2025).

Experimentación segura. Crear un entorno donde se puedan probar nuevas ideas sin miedo al fracaso, aprendiendo de cada experiencia.

5.2. Sostenibilidad en la Industria de la Hostelería: Un Enfoque Integral

La sostenibilidad en la industria hostelera, en este caso enfocándonos en bares, es un concepto integral que abarca tres dimensiones principales: lo ambiental, lo social y lo económico. Cada una de estas dimensiones es crucial para garantizar que los establecimientos sean responsables y exitosos a largo plazo.

5.2.1. Dimensiones de la Sostenibilidad en Bares.

Sostenibilidad Ambiental (Gestión de Residuos, Eficiencia Energética, Uso de Recursos)

La sostenibilidad ambiental se centra en minimizar el impacto negativo sobre el medio ambiente, buscando un equilibrio entre el desarrollo económico y la conservación de los recursos naturales (Brundtland, 1987). Esta dimensión incluye la gestión eficiente de residuos, la eficiencia energética y el uso responsable de recursos como el agua (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020).

En cuanto a la gestión de residuos, es fundamental implementar programas de reciclaje, reducir el uso de plásticos de un solo uso y optar por productos biodegradables, lo que contribuye a la disminución de la huella ambiental (Diageo Bar Academy, 2024). La eficiencia energética se logra invirtiendo en iluminación LED, sistemas de gestión energética y electrodomésticos de bajo consumo, lo cual reduce el gasto energético y las emisiones contaminantes (Diageo Bar Academy, 2024). Asimismo, el uso responsable de recursos implica aprovechar el agua de lluvia y reducir el consumo de agua potable, prácticas que favorecen la conservación de este recurso vital (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020).

Sostenibilidad Social (Responsabilidad con la Comunidad, Condiciones Laborales, Comercio Justo).

La sostenibilidad social implica contribuir positivamente a la comunidad y garantizar condiciones justas para los empleados, promoviendo así la equidad y el bienestar social (Elkington, 1997). La responsabilidad con la comunidad puede manifestarse mediante la participación en iniciativas locales y el apoyo a eventos comunitarios (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020). En cuanto a las condiciones laborales, es esencial ofrecer formación continua y asegurar ambientes de

trabajo seguros y justos para los colaboradores (Randstad, s.f.). Además, el comercio justo promueve la colaboración con proveedores locales, garantizando prácticas comerciales éticas y precios equitativos (Fair Trade International, s.f.).

Sostenibilidad Económica (Rentabilidad a Largo Plazo, Inversión en Prácticas Sostenibles).

La sostenibilidad económica busca asegurar la rentabilidad del negocio a largo plazo mediante la inversión en prácticas sostenibles (Elkington, 1997). Esto incluye reducir costos operativos a través de la eficiencia energética y la gestión de residuos, lo que impacta positivamente en los resultados financieros (Combo HR, s.f.). Asimismo, la implementación de tecnologías ecológicas y programas de reciclaje atrae a clientes conscientes y mejora la reputación del negocio, generando ventajas competitivas (Diageo Bar Academy, 2024).

5.2.2. Certificaciones y Estándares de Sostenibilidad para Bares

Las certificaciones y estándares de sostenibilidad son herramientas valiosas para que los bares demuestren su compromiso con el medio ambiente y la responsabilidad social. Entre las certificaciones más relevantes se encuentran:

Norma ISO 14001. Es un estándar internacional que establece los requisitos para un sistema de gestión ambiental efectivo, ayudando a las organizaciones a reducir su impacto ambiental mediante la gestión eficiente de recursos y la minimización de residuos (International Organization for Standardization [ISO], 2015).

Certificaciones de Comercio Justo. Promueven prácticas éticas en la cadena de suministro, asegurando que los proveedores locales reciban un trato justo y un precio equitativo por sus

productos. En el contexto de los bares, esto puede incluir la compra de ingredientes locales y la colaboración con productores regionales (Fair Trade International, s.f.).

Certificaciones de Basura Cero. Buscan minimizar al máximo los residuos que terminan en los vertederos mediante programas de reciclaje, compostaje y reutilización de materiales, lo que reduce significativamente la huella ambiental de los establecimientos (Zero Waste International Alliance, s.f.).

5.2.3. Beneficios de la Sostenibilidad en Bares

La adopción de prácticas sostenibles en bares ofrece varios beneficios tanto para el negocio como para la comunidad. En primer lugar, la sostenibilidad puede ayudar a reducir los costos operativos a través de la eficiencia energética, el uso eficiente del agua y la minimización de residuos, lo que mejora la rentabilidad a largo plazo (Diageo Bar Academy, 2024). Además, obtener certificaciones de sostenibilidad y promover prácticas responsables mejora significativamente la reputación del bar, ya que los consumidores cada vez más conscientes buscan establecimientos que compartan sus valores, aumentando la lealtad y la recomendación positiva (Randstad, s.f.). Finalmente, la creciente conciencia ambiental y social entre los consumidores hace que los bares sostenibles sean más atractivos, atrayendo a clientes que valoran estas prácticas y están dispuestos a pagar un poco más por experiencias responsables (Combo HR, s.f.).

5.3. Marketing de Contenidos y Redes Sociales para la Promoción de Bares Sostenibles

El marketing de contenidos y las redes sociales son herramientas fundamentales para promocionar bares sostenibles, ya que permiten comunicar valores y prácticas responsables a una audiencia cada vez más consciente (Pulizzi, 2014; Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). A continuación, se detallan estrategias clave para implementar en este contexto.

5.3.1. Estrategias de Marketing de Contenidos para Bares

Creación de Contenido de Valor (Blogs, Videos, Infografías). La creación de contenido de valor es esencial para atraer y retener a una audiencia interesada en la sostenibilidad (Pulizzi, 2014). Esto puede incluir:

Blogs sobre sostenibilidad. Publicar artículos que expliquen las prácticas ecológicas implementadas en el bar, como la reducción de residuos o el uso de energías renovables (Chef & Hotel, 2024).

Videos educativos. Producir videos cortos que muestren cómo se preparan cócteles sostenibles o cómo se gestiona el agua en el establecimiento (Winterhalter, 2024).

Infografías interactivas. Diseñar gráficos que muestren estadísticas sobre la reducción de la huella de carbono o el ahorro de agua logrado gracias a las prácticas sostenibles (First Green, s.f.).

Storytelling y Narrativa de Marca.

El storytelling es una técnica poderosa para conectar emocionalmente con los clientes, especialmente en temas de sostenibilidad (Fog, Budtz, & Yakaboylu, 2005). En este contexto se puede utilizar para:

- Compartir la historia del bar y su compromiso con la sostenibilidad, incluyendo los desafíos superados (Winterhalter, 2024).
- Destacar al equipo que implementa las prácticas ecológicas, humanizando la marca (Diageo Bar Academy, 2024).
- Promocionar eventos sostenibles, como noches de “cócteles verdes” o talleres de reciclaje (Chef & Hotel, 2024).

Marketing de Influencers.

El marketing de influencers es una estrategia efectiva para llegar a audiencias específicas interesadas en la sostenibilidad (Freberg, Graham, McGaughey, & Freberg, 2011):

- Colaboraciones con influencers ecológicos locales para promocionar los cócteles y prácticas del bar (Exclusivas Miró, 2024).
- Organización de eventos exclusivos para influencers, facilitando la promoción en sus redes sociales (Diageo Bar Academy, 2024).
- Fomento del contenido generado por usuarios, utilizando hashtags específicos para aumentar la visibilidad (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

5.3.2. Gestión de Redes Sociales para Bares

La gestión efectiva de redes sociales es crucial para promocionar bares sostenibles, aumentar su visibilidad y fomentar la interacción con la comunidad (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2017).

Estrategias clave incluyen:

Selección de Plataformas Adecuadas.

Es fundamental elegir las plataformas que mejor se adapten al público objetivo y a los objetivos del bar (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019):

Instagram. Ideal para contenido visual atractivo como fotos de cócteles y eventos; uso de Instagram Stories para promociones y eventos en vivo (Winterhalter, 2024).

TikTok. Perfecto para contenido dinámico y viral, como videos cortos de preparación de bebidas o retos (Nei, 2024).

Facebook. Útil para promocionar eventos y mantener informados a los seguidores (Winterhalter, 2024).

Twitter. Adecuado para compartir noticias rápidas y participar en conversaciones en tiempo real (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Creación de Contenido Atractivo y Participativo.

El contenido debe ser interesante, relevante y de alta calidad para captar la atención del público (Pulizzi, 2014):

- Fotos y videos que muestran la creatividad de los cócteles y la estética del bar (Exclusivas Miró, 2024).
- Historias detrás de escena para humanizar la marca (Winterhalter, 2024).
- Encuestas y preguntas interactivas en Instagram Stories para fomentar la participación (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).
- Contenido generado por usuarios para aumentar la autenticidad y el alcance (Freberg et al., 2011).

Interacción con la Comunidad Online.

La interacción activa crea una comunidad leal y fortalece la relación con los clientes (Kotler et al., 2017):

- Responder a comentarios y mensajes para mantener una comunicación cercana (Winterhalter, 2024).
- Participar en tendencias y usar hashtags populares para aumentar la visibilidad (Nei, 2024).
- Organizar concursos y sorteos para generar engagement (Exclusivas Miró, 2024).
- Realizar transmisiones en vivo durante eventos especiales para interactuar en tiempo real (Winterhalter, 2024).

5.3.3. Medición del Impacto del Marketing Digital en Bares

La medición del impacto del marketing digital es fundamental para evaluar la efectividad y optimizar las estrategias (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019):

Análisis de Métricas Clave (Alcance, Interacción, Conversiones).

Se deben monitorear indicadores como:

Alcance. número de personas que ven las publicaciones.

Interacción. likes, comentarios, compartidos y otros indicadores de engagement.

Conversiones. acciones deseadas como reservas, pedidos online o visitas al establecimiento (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Herramientas de Analítica Web y Redes Sociales.

Para medir estas métricas se utilizan herramientas como:

- Google Analytics. que permite rastrear tráfico web, origen de visitas y conversiones (Google, 2024).
- Herramientas nativas de redes sociales como Facebook Insights, Instagram Insights y Twitter Analytics para datos de alcance y engagement (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).
- Seguimiento de campañas mediante códigos de descuento exclusivos para medir el impacto directo de colaboraciones con influencers (Exclusivas Miró, 2024).

Evaluación Continua y Ajustes Estratégicos.

El monitoreo en tiempo real y la evaluación constante permiten realizar ajustes para mejorar resultados (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019):

- Uso de análisis en tiempo real para observar el rendimiento de campañas.
- Cambios en contenido, plataformas o mensajes promocionales basados en datos recopilados (Kotler et al., 2017).

6. Metodología

6.1 Enfoque del estudio

El presente estudio adopta un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos para

abordar integralmente el análisis y la implementación de estrategias de innovación y sostenibilidad en el bar emprendedor en Medellín. El enfoque cuantitativo permitirá medir variables objetivas como la satisfacción del cliente, indicadores financieros y la aceptación de productos, mientras que el enfoque cualitativo facilitará la comprensión profunda de percepciones, motivaciones y experiencias de clientes, empleados y proveedores (Creswell, 2014). Esta combinación es fundamental para captar la complejidad del sector hostelero y validar las estrategias desde múltiples perspectivas, asegurando la pertinencia y viabilidad de las soluciones propuestas.

6.2 Tipo de investigación

Se trata de una investigación de tipo descriptivo y exploratorio, orientada a identificar y analizar las prácticas actuales, percepciones y oportunidades de mejora en el bar objeto de estudio. El diseño del estudio de caso facilita la profundización en las particularidades del contexto local y la aplicabilidad de las estrategias propuestas. Se desarrolla una investigación aplicada y de campo, orientada a resolver problemas específicos del bar y a generar soluciones prácticas y replicables. La investigación aplicada se justifica en la necesidad de diseñar e implementar estrategias concretas que integren innovación y sostenibilidad para mejorar la competitividad del bar en un mercado saturado como el de Medellín (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). La investigación de campo implica la recolección directa de datos en el entorno real del bar, lo que permite un diagnóstico preciso y la evaluación de las estrategias en condiciones reales de operación.

6.3 Población y muestra

La población objeto de estudio está conformada por tres grupos principales:

- Clientes actuales y potenciales del bar en Medellín, quienes serán encuestados para evaluar su percepción sobre la innovación, sostenibilidad y experiencia general.

- Personal operativo y administrativo, quienes participarán en entrevistas para aportar información sobre la implementación y retos de las prácticas sostenibles e innovadoras.
- Proveedores locales, especialmente aquellos que suministran insumos sostenibles, para conocer su rol y posibilidades de colaboración.

La población objetivo está compuesta por los clientes y empleados del bar Esquina Bar. Para la selección de la muestra se utilizará un muestreo intencional, buscando asegurar la diversidad y representatividad necesaria para los fines del estudio.

Selección de participantes:

En el caso de los clientes, se seleccionarán 50 participantes procurando diversidad en rangos de edad, género, frecuencia de visita (clientes habituales y esporádicos) y nivel de interés en temas de sostenibilidad. Esto permitirá captar distintas perspectivas y experiencias relevantes para el análisis. Para los empleados, se incluirán 10 personas que cubran diferentes roles (administración, servicio al cliente, cocina, limpieza), lo cual facilitará la identificación de barreras y oportunidades desde distintos puntos de vista internos.

Justificación del tamaño muestral:

El tamaño de la muestra se considera suficiente dado el carácter exploratorio del estudio y la naturaleza de la población accesible. Para el componente cuantitativo (clientes), 50 encuestas permiten obtener tendencias y patrones generales de satisfacción y percepción. En el componente cualitativo (empleados), 10 entrevistas permiten alcanzar la saturación de información, es decir, el punto en el que nuevas entrevistas no aportan información relevante adicional.

6.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se emplearán las siguientes técnicas e instrumentos:

- Encuestas estructuradas a clientes: El cuestionario incluirá secciones sobre datos demográficos, percepción de la oferta innovadora y sostenible, nivel de satisfacción (medido con escalas tipo Likert), y preguntas abiertas sobre experiencias y sugerencias.
- Entrevistas semi-estructuradas a empleados: Se diseñará una guía de entrevista con temas clave como barreras para la sostenibilidad, ideas de innovación, experiencia laboral en el bar y percepción de los cambios implementados.
- Observación directa: Se realizará observación sistemática de las prácticas operativas del bar, enfocándose en aspectos de sostenibilidad (gestión de residuos, uso de recursos, interacción con proveedores locales).

6.5 Procedimiento

El proyecto se desarrollará en cinco etapas principales:

1. Diagnóstico inicial: Se realizará un análisis del estado actual del bar, incluyendo su oferta, procesos operativos, perfil de clientes y contexto competitivo en Medellín, mediante observación, revisión documental y entrevistas preliminares.
2. Diseño de estrategias: Con base en el diagnóstico y en el marco teórico, se formularán estrategias innovadoras y sostenibles, que incluyan productos diferenciados, prácticas operativas ecoeficientes y campañas de marketing digital orientadas a la fidelización.
3. Implementación piloto: Se aplicarán las estrategias diseñadas en un periodo piloto, monitoreando su ejecución y receptividad en el entorno real del bar.
4. Monitoreo y evaluación: Se medirán indicadores clave como satisfacción del cliente, reducción de costos operativos, impacto ambiental y resultados financieros, para evaluar el

desempeño de las estrategias.

5. Ajustes y recomendaciones: Se realizarán ajustes a partir de los resultados obtenidos y se elaborará un modelo replicable para otros emprendimientos del sector hostelero en Medellín (Yin, 2018).

6.6 Análisis de datos

- Análisis cuantitativo: Los datos de las encuestas serán procesados mediante estadística descriptiva (frecuencias, promedios, desviaciones estándar) para identificar tendencias en la satisfacción y percepción de los clientes.
- Análisis cualitativo: Las entrevistas y observaciones se analizarán mediante codificación temática, identificando patrones, barreras y oportunidades relacionadas con la innovación y sostenibilidad.
- Integración de resultados (metodología mixta): Los hallazgos cuantitativos (por ejemplo, niveles de satisfacción) serán complementados y explicados en profundidad con los resultados cualitativos (razones y experiencias detrás de las percepciones). Se utilizará la triangulación de datos de encuestas, entrevistas y observación para validar y robustecer las conclusiones, asegurando una interpretación integral de los resultados.

6.7 Consideraciones éticas

Se garantizará el consentimiento informado de todos los participantes, la confidencialidad de la información recolectada y el respeto a la privacidad de clientes y empleados, conforme a las normas éticas de investigación vigentes.

6.8 Cronograma de actividades

Las etapas metodológicas se desarrollarán de acuerdo con el siguiente cronograma estimado:

- **Diagnóstico inicial y diseño de instrumentos:** 1 mes
- **Recolección de datos (encuestas, entrevistas, observación):** 1 mes
- **Análisis de información y triangulación de resultados:** 1 mes
- **Elaboración del informe y socialización de resultados:** 1 mes

7. Plan de Negocio

El Plan de Negocio constituye la hoja de ruta para la gestión exitosa y sostenible del bar emprendedor, integrando estrategias de innovación, sostenibilidad y mercadeo digital, en consonancia con las tendencias actuales del sector hostelero en Medellín.

7.1. Análisis de mercado

El mercado de bares en Medellín presenta una alta competitividad, con más de 3,000 establecimientos registrados según Asobares Antioquia (2024). El público objetivo principal está conformado por jóvenes universitarios, residentes de la comuna 16 y visitantes del sector, quienes buscan experiencias auténticas, ambientes innovadores y productos sostenibles.

La tendencia hacia el consumo responsable y la preferencia por espacios sostenibles se ha incrementado, lo que representa una oportunidad para diferenciar el bar mediante la oferta de productos orgánicos, menús de temporada y prácticas operativas responsables. Un análisis de la competencia evidencia que pocos bares en la zona ofrecen una propuesta integral de sostenibilidad e innovación, lo que refuerza la viabilidad de este enfoque.

Población objetivo:

- 70% estudiantes universitarios (18-25 años)
- 20% jóvenes profesionales (25-35 años)
- 10% residentes locales

Tendencias clave:

- 92% de bares en Medellín reportan aumento en ventas de cócteles eco-friendly (Asobares Antioquia, 2025)
- 68% de consumidores prefieren establecimientos con certificación ambiental (Encuesta Local, 2025)
- Competencia directa: 8 establecimientos en radio de 500m, solo 2 con prácticas sostenibles

Tabla 5

Matriz de ventaja competitiva de Esquina Bar

Innovación	Sostenibilidad	Experiencia
Menú digital interactivo	Proveedores locales ≤ 15 km	Talleres de mixología
App de fidelización	90% tasa de reciclaje	Noches de jazz en vivo
Realidad aumentada	Energía solar (40% consumo)	Ruta de cócteles temáticos

Nota. Elaboración propia con base en el benchmarking del sector (2025).

La matriz evidencia cómo Esquina Bar se posiciona como una propuesta única en el mercado, al integrar recursos tecnológicos, prácticas sostenibles y una experiencia inmersiva para los clientes, alineada con tendencias actuales del consumidor consciente.

La segmentación del público objetivo permite dirigir las estrategias de mercadeo de manera efectiva, basándose en criterios demográficos, económicos y de comportamiento del consumidor. A continuación, se presenta una síntesis de dicha segmentación.

Tabla 6

Segmentación del público objetivo:

CRITERIO	DETALLE	FUENTE DE VERIFICACIÓN
Edad	18 - 35 Años	Encuestas zona universitaria
Poder adquisitivo	\$15.000 - \$50.000 / Salida	Datos Secretaría de cultura
Frecuencia	3 - 4 visitas / mes	Focus Group con clientes
Intereses	Mixología artesanal	Análisis redes sociales
Movilidad	Radio de 1.5 km alrededor del bar	Geolocalización Google Maps

Nota. Elaboración propia con base en los resultados del diagnóstico de mercado (2025).

Estos datos permiten perfilar con claridad al cliente ideal de Esquina Bar, lo cual resulta clave para diseñar experiencias ajustadas a sus expectativas y comportamientos de consumo.

Tabla 7

Análisis FODA específico para Belén/Los Alpes:

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Ubicación estratégica entre universidad y centro comercial	Acceso vial congestionado en horas pico
Alta rotación de público joven	Espacio limitado para expansión física
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Alianzas con proveedores locales de frutas	Apertura de nuevos competidores en sector

exóticas	
Certificación Sello Verde Medellin	Aumento precio insumos importados

Nota. Esta tabla resume el análisis interno (fortalezas y debilidades) y externo (oportunidades y amenazas) del bar emprendedor en estudio.

Este análisis DOFA evidencia la necesidad de implementar estrategias orientadas al fortalecimiento de la marca y la búsqueda de aliados estratégicos que impulsen la sostenibilidad y la innovación como diferenciadores competitivos.

El benchmarking cuantitativo permite comparar el desempeño de Esquina Bar frente a sus competidores más cercanos. A continuación, se presentan indicadores clave que permiten evaluar ventajas y oportunidades de mejora.

Tabla 8

Benchmarking cuantitativo vs competidores directos

PARÁMETRO	ESQUINA BAR	BAR LA 83	TERRAZA CAMPUS
Precio promedio cóctel	\$ 18.000	\$ 22.000	\$ 16.000
Precio promedio michelada saborizada	\$ 12.000	\$10.000	15000
Horario de atención	11 am - 3 am	6 pm - 2 am	10 am - 10 pm
Presencia digital	3/5	4/5	4/5

Nota. Fuente: Trabajo de campo realizado entre marzo y mayo de 2025.

La comparación evidencia que Esquina Bar se encuentra en una posición intermedia en términos de precios y presencia digital, pero tiene un horario más amplio que puede ser aprovechado como ventaja competitiva con una estrategia digital reforzada.

Tendencias clave del mercado (Belén 2025):

1. Demanda de experiencias hiperlocales:

- 78% de clientes prefieren ingredientes con denominación de origen antioqueño
- Crecimiento del 42% en búsquedas de "mixología sostenible" (Google Trends Medellín)

2. Sensibilidad precio-calidad:

- 65% de consumidores pagan hasta 20% más por productos eco-certificados
- Reducción del 15% en consumo de bebidas estándar vs aumento del 38% en cócteles premium

3. Movilidad nocturna:

- 92% de clientes llegan caminando o en transporte público
- Radio de influencia efectivo: 800 metros desde ubicación del bar

Estrategia de posicionamiento:

Propuesta única de valor:

"Primer bar en Belén con:

1. Menú circular (zero waste)
2. Certificación Carbono Neutral
3. Experiencia educativa en sostenibilidad"

Tácticas de captación:

- Alianzas con colectivos universitarios para "Jueves de Innovación Social"
- Sistema de recompensas por transporte sostenible (descuento por bicicleta/transporte público)

7.1.1 Investigación Secundaria

Para caracterizar el entorno competitivo se consultaron: Informes sectoriales de la Cámara de Comercio de Medellín (2024) sobre establecimientos hosteleros en la Comuna 16, destacando:

- Crecimiento del 12% en apertura de bares temáticos (2019-2024)
- 68% de la clientela son jóvenes entre 18-35 años

Estadísticas de Asobares Antioquia sobre hábitos de consumo:

- 43% de usuarios priorizan establecimientos con prácticas eco amigables
- Gasto promedio por cliente: \$25,000-\$35,000 en días laborales

Estudio de movilidad de la **Alcaldía de Medellín** (2023) para el sector Belén Los Alpes:

- Flujo diario de 8,500 personas en radio de 500m alrededor del bar
- 62% corresponde a estudiantes universitarios y empleados de comercios cercanos

7.1.2 Investigación Primaria

Se implementaron tres técnicas para validar supuestos:

1. **Encuestas presenciales** (n=150) a transeúntes en radio de influencia:

- 78% manifestó interés por cócteles con ingredientes locales
- 65% valora certificaciones ambientales en establecimientos
- Horario preferido: 6:00 pm - 10:00 pm (82% respuestas)

2. **Entrevistas semiestructuradas** a actores clave:

- Proveedores locales: Potencial para abastecimiento de frutas exóticas de Antioquia
- Dueños de bares vecinos: Identificación de prácticas exitosas en gestión de residuos

- Líderes comunitarios: Necesidad de espacios culturales híbridos (arte + gastronomía)
3. **Observación sistemática** (2 semanas):
- Mapeo de flujos peatonales: Picos de 7:00 pm a 9:00 pm
 - Análisis comparativo de precios en 15 establecimientos similares
 - Registro de ofertas diferenciadoras (ej. 32% incluyen opciones veganas)

7.1.3 Validación de Hallazgos

La triangulación metodológica permitió:

- Confirmar el potencial del **mercado objetivo principal**: estudiantes universitarios (18-25 años) y jóvenes profesionales (26-35 años)
- Identificar **ventana de oportunidad**: Oferta gastronómica sostenible con storytelling de ingredientes locales
- Establecer **puntos críticos de competencia**: necesidad de estrategias de fidelización basadas en experiencias inmersivas

7.2 Estrategia de mercadeo

La estrategia de mercadeo de *Esquina Bar* busca posicionarlo como el primer bar en Belén-Los Alpes que combina innovación, sostenibilidad y experiencias educativas, dirigido a un público joven, universitario y con conciencia ambiental.

Posicionamiento deseado:

“Esquina Bar”: donde la sostenibilidad se convierte en experiencia. Cócteles creativos, comunidad consciente.”

Este posicionamiento se construirá con base en el siguiente mix de marketing (7P):

- **Producto:**
 - Cócteles innovadores con ingredientes locales y orgánicos.
 - Menú circular (zero waste).
 - Experiencias educativas en sostenibilidad (talleres, catas, charlas temáticas).
 - Eventos temáticos con alianzas comunitarias.
- **Precio:**
 - Estrategia de precios accesibles con valor agregado.
 - Promociones para estudiantes y quienes usen transporte sostenible.
 - Sistema de puntos para clientes frecuentes.
- **Plaza (Distribución):**
 - Ubicación estratégica entre la Universidad de Medellín y el centro comercial Los Molinos.
 - Acceso a pie, bicicleta o transporte público.
 - Presencia en plataformas digitales para reservas y eventos.
- **Promoción:**
 - Marketing digital con influencers universitarios.
 - Campañas en redes sociales destacando prácticas sostenibles.
 - Participación en eventos comunitarios y ferias ambientales.
- **Personas:**
 - Personal capacitado en atención, sostenibilidad y coctelería responsable.
 - Cultura organizacional basada en el respeto, la inclusión y el aprendizaje continuo.
- **Procesos:**
 - Protocolos para garantizar experiencias fluidas, desde el ingreso hasta el pago.
 - Capacitación continua y medición de calidad del servicio.

- **Evidencia física (Physical Evidence):**

- Decoración con materiales reciclados y vegetación.
- Vasos biodegradables, señalética educativa, QR para información del menú circular.
- Reportes visuales del impacto ambiental (residuos reciclados, energía ahorrada).

7.2.1. Cronograma y recursos

Tabla 9

Acción	Responsable	Mes de ejecución	Indicador de éxito
Plan de contenidos digital	Community Manager	Mensual	Alcance y engagement
Eventos temáticos sostenibles	Gerente de Bar	Mensual	Asistencia y satisfacción
Alianzas con influencers	Marketing	Trimestral	Incremento de seguidores/visitas
Programa de recompensas	Gerente de Bar	Permanente	Clientes recurrentes y fidelidad

Fuente: Elaboración propia

7.2.2. Consideraciones de sostenibilidad en el mercadeo

Todas las acciones de mercadeo estarán alineadas con los valores de sostenibilidad del bar, evitando el uso de materiales impresos innecesarios y priorizando la comunicación digital, la transparencia en la procedencia de insumos y la educación ambiental como parte de la experiencia de marca.

7.3. Plan Operativo

El funcionamiento del bar se apoyará en una estructura organizacional clara, que incluye propietario, gerente, bartender, meseros, personal de limpieza y community manager. Los procesos clave abarcan la atención al cliente, la preparación de bebidas, la gestión de inventarios y la gestión ambiental.

Se establecerán alianzas con proveedores locales y sostenibles, priorizando productos orgánicos y materiales biodegradables. El personal será capacitado en prácticas responsables, manipulación de alimentos y servicio al cliente, promoviendo una cultura organizacional orientada a la sostenibilidad.

7.3.1. Estructura y procesos operativos

El funcionamiento diario del bar se basa en una estructura organizacional horizontal, que promueve la comunicación fluida y la toma de decisiones ágil. Las principales áreas operativas son: compras y proveedores, cocina y barra, atención al cliente, gestión ambiental y administración.

Los procesos operativos clave del bar fueron definidos para garantizar eficiencia en la gestión de insumos, preparación, servicio, gestión ambiental y limpieza. Estos procesos están alineados con los objetivos de sostenibilidad del proyecto.

Diagrama de flujo de procesos clave:

Tabla 10

Procesos operativos clave en Esquina Bar

Proceso	Actividad principal	Responsable	Indicador de eficiencia

Recepción de insumos	Verificación de calidad y origen sostenible	Encargado de compras	% insumos certificados
Preparación	Uso de recetas de menú circular	Bartender/Chef	Tiempo de preparación
Servicio	Atención personalizada y educativa	Mesero	Satisfacción del cliente
Gestión de residuos	Separación, compostaje y reciclaje	Encargado ambiental	% residuos reciclados
Limpieza	Uso de productos biodegradables	Personal de apoyo	Consumo mensual de agua

Nota. Elaboración propia basada en el plan operativo de Esquina Bar (2025).

La estandarización de procesos permite medir y mejorar continuamente el desempeño operativo del bar, promoviendo prácticas responsables y eficientes alineadas con su enfoque sostenible.

7.3.2. Innovación en la operación

- **Tecnología eficiente:** Se implementarán equipos de bajo consumo energético (neveras inverter, licuadoras solares) y sistemas de iluminación LED, lo que permitirá reducir el consumo energético hasta en un 40%.
- **Gestión circular de residuos:** El bar contará con estaciones de separación de residuos, compostaje de orgánicos y alianzas con recicladores locales certificados. El objetivo es reciclar al menos el 70% de los residuos generados mensualmente.

- **Menú circular:** Se priorizará el uso de ingredientes locales y de temporada, y se reutilizarán subproductos (cáscaras, pulpas) en nuevas preparaciones, minimizando el desperdicio de alimentos.
- **Capacitación continua:** El personal recibirá formación periódica en prácticas sostenibles, atención al cliente y protocolos de seguridad alimentaria.

7.3.3. Proveedores y alianzas estratégicas

- Se establecerán contratos con proveedores locales certificados en buenas prácticas agrícolas y sostenibilidad, garantizando la trazabilidad de los insumos.
- Alianzas con emprendimientos de la zona para el suministro de productos exclusivos y la realización de eventos colaborativos.

7.3.4. Protocolos de sostenibilidad y bioseguridad

- Implementación de protocolos de bioseguridad mejorados, incluyendo estaciones de desinfección, ventilación natural y control de aforo, como valor agregado frente a la competencia.
- Monitoreo constante de los consumos de agua y energía, con reportes mensuales para identificar oportunidades de mejora.

7.3.5. Indicadores de gestión y mejora continua

Para asegurar la mejora continua del proyecto, se establecieron indicadores de gestión que permiten realizar un seguimiento periódico a variables críticas como el uso eficiente de recursos, la satisfacción del cliente y la capacitación del personal

Indicadores de gestión y mejora continua del bar

Indicador	Meta anual	Frecuencia de medición
Reducción de consumo energético	40%	Mensual
Porcentaje de residuos reciclados	70%	Mensual
Satisfacción del cliente	>90%	Trimestral
Cumplimiento de capacitación	100% del personal	Semestral

Nota. Fuente: Plan de sostenibilidad e indicadores internos del bar (2025).

Estos indicadores ofrecen una base sólida para la toma de decisiones gerenciales, permitiendo ajustes estratégicos basados en evidencia y garantizando la coherencia con los objetivos de sostenibilidad y calidad.

7.3.6. Plan de contingencia y gestión de riesgos

Se desarrollará una matriz de riesgos operativos, priorizando aquellos relacionados con el abastecimiento de insumos, fluctuaciones en la demanda y cambios en la normativa ambiental. Para cada riesgo se establecerán acciones de mitigación, como contratos a plazo fijo con proveedores y planes alternativos de atención al cliente en caso de emergencias.

7.3.7. Cronograma operativo

El cronograma operativo establece las actividades clave del primer año de implementación, con el fin de asegurar una puesta en marcha ordenada y el monitoreo de resultados en función de los objetivos estratégicos.

Tabla 12*Cronograma operativo del primer año de implementación*

Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4-12
Selección de proveedores	X			
Capacitación inicial del personal	X			X
Implementación de equipos eficientes	X	X		
Lanzamiento del menú circular		X		X
Evaluación de indicadores			X	X

Nota. Elaboración propia basada en el plan de implementación operativa.

El cronograma permite una planificación detallada de la puesta en marcha del proyecto, asegurando la implementación progresiva de prácticas sostenibles y procesos eficientes desde los primeros meses.

7.4 Plan Financiero

7.4.1. Objetivo del Plan Financiero

Estimar de manera realista la evolución económica del negocio a mediano plazo, sustentada en datos concretos y supuestos justificados, con el fin de evaluar su viabilidad y sostenibilidad.

7.4.2. Items Financieros Clave

Los siguientes supuestos son la base para todas las proyecciones:

Concepto	Supuesto Base
Capacidad del local	60 personas sentadas
Días de operación	6 días por semana (martes a domingo)
Tasa de ocupación promedio	45% en año 1, sube progresivamente a 65% en año 5
Ticket promedio por cliente	\$35.000 en el año 1, ajustado por inflación del 5% anual
Costos variables	35% del ingreso (alimentos y bebidas)
Costos fijos mensuales	\$9.500.000 (incluye arriendo, nómina básica, servicios y otros)
Inversión inicial	\$85.000.000 (adecuaciones, equipo, mobiliario, capital de trabajo, software)

Inflación anual promedio	5%
--------------------------	----

7.4.3. Inversión Inicial

Esta tabla presenta los rubros principales contemplados en la inversión inicial para la adecuación e implementación del negocio.

Tabla 13

Desglose de la inversión estimada para Esquina Bar

Concepto	Monto estimado
Adecuación y diseño del local	\$20.000.000
Mobiliario y decoración	\$15.000.000
Cocina y barra (equipos)	\$25.000.000
Capital de trabajo (3 meses)	\$15.000.000
Tecnología (sistema POS, menú QR, software fidelización)	\$5.000.000

Otros (licencias, imprevistos)	\$5.000.000
Total inversión inicial	\$85.000.000

Nota. Fuente: Proyecciones financieras del proyecto (2025).

Este desglose evidencia que el mayor peso de la inversión está dirigido a infraestructura operativa y capital de trabajo, lo cual es coherente con un modelo de bar sostenible y funcional.

La inversión inicial proyectada busca cubrir los aspectos fundamentales para el funcionamiento del bar, desde la adecuación del espacio hasta el capital de trabajo requerido en los primeros meses.

7.4.4. Proyección de Ingresos y Egresos (5 años)

La siguiente proyección presenta los ingresos estimados para los primeros cinco años de operación.

Ventas Proyectadas

Cientes por semana = Capacidad × Tasa de ocupación × Días operativos

- **Ingresos mensuales estimados** = Clientes × Ticket promedio × 4 semanas

Tabla 14

Proyección de ingresos anuales para Esquina Bar

Año	Ocupación	Ticket Prom.	Ingresos Anuales Estimados
1	45%	\$35.000	\$294.840.000

2	50%	\$36.750	\$343.980.000
3	55%	\$38.588	\$400.440.000
4	60%	\$40.517	\$464.520.000
5	65%	\$42.543	\$536.640.000

Nota. Cálculo basado en capacidad instalada y ticket promedio por cliente ajustado por inflación.

Se proyecta un crecimiento anual sostenido gracias al aumento en ocupación, rotación de clientes y fortalecimiento de la marca en el mercado.

Costos y Gastos Operativos

Este cálculo contempla los gastos proyectados considerando costos fijos, variables y ajustes inflacionarios.

Tabla 15

Proyección de egresos anuales del bar

Año	Costos Variables (35%)	Costos Fijos (ajustados 5%)	Egresos Totales Estimados
1	\$103.194.000	\$114.000.000	\$217.194.000

2	\$120.393.000	\$119.700.000	\$240.093.000
3	\$140.154.000	\$125.685.000	\$265.839.000
4	\$162.582.000	\$131.969.250	\$294.551.250
5	\$187.824.000	\$138.567.712	\$326.391.712

Nota. Fuente: Proyecciones financieras propias (2025).

Los egresos se incrementan de forma controlada y responden al crecimiento proporcional del negocio.

7.4.5. Utilidad Neta

Esta tabla sintetiza la rentabilidad operativa proyectada a cinco años, antes de obligaciones fiscales.

Tabla 16

Utilidad neta antes de impuestos

Año	Ingresos	Egresos	Utilidad Neta
1	\$294.840.000	\$217.194.000	\$77.646.000

2	\$343.980.000	\$240.093.000	\$103.887.000
3	\$400.440.000	\$265.839.000	\$134.601.000
4	\$464.520.000	\$294.551.250	\$169.968.750
5	\$536.640.000	\$326.391.712	\$210.248.288

Nota. Elaboración propia con base en proyecciones del modelo financiero del bar.

Se observa una utilidad creciente, con incrementos proporcionales a los ingresos esperados.

7.4.6. Margen de Ganancia (Utilidad / Ingresos)

Esta tabla muestra el porcentaje de utilidad neta respecto a los ingresos anuales, lo cual permite evaluar la eficiencia financiera del negocio.

Tabla 17

Margen de ganancia proyectadas de esquina bar

Año	Margen de Ganancia (%)
1	26.3%

2	30.2%
3	33.6%
4	36.6%
5	39.2%

Nota. Elaboración propia (2025).

El margen mejora año a año gracias a la optimización de costos y al posicionamiento del bar como referente sostenible.

7.4.7 Retorno de la Inversión (ROI)

El siguiente cálculo evidencia el retorno acumulado de la inversión inicial, proyectado en cinco años.

Tabla 18

ROI acumulado = Utilidades acumuladas / Inversión inicial

Año	ROI acumulado (%)
1	91.3%

2	213.5%
3	371.3%
4	570.0%
5	817.6%

Nota. ROI acumulado = Utilidades acumuladas / Inversión inicial.

El análisis demuestra que la inversión se recupera rápidamente y el negocio se convierte en una fuente sólida de generación de valor.

7.4.8. Periodo de Recuperación (Payback)

- **Inversión inicial:** \$85.000.000
- **Utilidad acumulada en el primer año:** \$77.646.000
- Se recupera en el **mes 13 (inicio año 2)**

7.4.9. Análisis de Sensibilidad (escenario conservador)

Si la ocupación se mantiene en 40% en el primer año y sube sólo 5% cada 2 años:

- Se alarga el Payback a 24-26 meses
- El ROI al año 5 cae a aproximadamente 420%
- El negocio sigue siendo rentable, pero requiere mejor marketing o ajustes de precio

7.4.10. Análisis de riesgos financieros

Se ha elaborado una matriz de riesgos financieros, identificando los principales factores que pueden afectar la estabilidad económica del bar y proponiendo estrategias de mitigación:

Tabla 19

Matriz de riesgos financieros

Riesgo	Probabilidad	Impacto	Estrategia de mitigación
Aumento en el precio de insumos	Alta	Alto	Contratos a plazo fijo, diversificación de proveedores locales
Fluctuación en la demanda	Media	Medio	Promociones, eventos temáticos, alianzas estratégicas
Cambios en la normativa ambiental	Media	Alto	Asesoría legal continua, actualización de certificaciones
Competencia desleal	Baja	Medio	Diferenciación continua, innovación en la oferta

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de viabilidad del negocio (2025)

Este plan financiero, alineado con las mejores prácticas de innovación y sostenibilidad, proporciona una base sólida para la toma de decisiones estratégicas y la gestión responsable de Esquina Bar, asegurando su viabilidad y proyección en el competitivo sector de la hostelería en Medellín.

8. Análisis de Viabilidad

El análisis de viabilidad es fundamental para determinar la factibilidad de implementar las estrategias innovadoras y sostenibles propuestas para Esquina Bar, considerando los recursos

disponibles, el contexto del mercado y los posibles riesgos asociados. Este apartado evalúa la viabilidad del proyecto desde cinco dimensiones clave: técnica, comercial, financiera, ambiental y legal, además de identificar los principales riesgos y proponer estrategias de mitigación.

8.1 Viabilidad Técnica

La viabilidad técnica del proyecto se fundamenta en la infraestructura existente del bar, su ubicación estratégica en Belén Los Alpes (carrera 83B #30-08), y la disponibilidad de los recursos tecnológicos y humanos necesarios. El establecimiento cuenta con instalaciones adecuadas para la operación de un bar, como sistemas de refrigeración, cocina equipada, mobiliario confortable y acceso a servicios públicos eficientes.

Adicionalmente, se evaluaron aspectos como la capacidad instalada, la posibilidad de implementar tecnologías sostenibles (como iluminación LED o sistemas de reciclaje) y la logística para el aprovisionamiento de materias primas. Se concluye que, desde una perspectiva técnica, el proyecto no requiere inversiones excesivas en infraestructura, sino optimizaciones menores para adaptarse a criterios de innovación y sostenibilidad (Diageo Bar Academy, 2024).

8.2 Viabilidad Económica

La viabilidad económica del proyecto fue evaluada mediante un análisis financiero detallado, sustentado en el plan de negocio y en las proyecciones financieras a 5 años. Se estimaron ingresos mensuales promedio, costos fijos y variables, flujo de caja proyectado y necesidades de inversión inicial para adecuaciones sostenibles.

Para determinar la factibilidad económica, se calcularon indicadores financieros clave:

- Valor Actual Neto (VAN): \$12.500.000, lo que indica que el proyecto generará valor por encima del costo del capital.
- Tasa Interna de Retorno (TIR): 28%, superior a la tasa mínima aceptable de rendimiento del 15%, lo que demuestra rentabilidad.
- Periodo de Recuperación (Payback): 2.8 años, lo que permite la recuperación rápida del capital invertido.

Se realizó un análisis financiero con tres escenarios (pesimista, moderado y optimista) para evaluar la resiliencia del negocio ante distintas condiciones del mercado.

Tabla 20

Escenarios financieros de viabilidad (a 12 meses)

Variable	Pesimista	Moderado	Optimista
Ventas mensuales (COP)	\$20.000.000	\$30.000.000	\$40.000.000
Costos operativos (COP)	\$18.000.000	\$20.000.000	\$22.000.000
Utilidad neta mensual (COP)	\$2.000.000	\$10.000.000	\$18.000.000
ROI anual estimado (%)	12%	32%	58%

Fuente: Proyecciones financieras del proyecto (2025).

En los tres escenarios, el negocio mantiene rentabilidad, aunque en el caso pesimista el margen es reducido. El escenario moderado es el más probable considerando la tendencia de consumo responsable y la ubicación estratégica del bar.

Estos resultados demuestran que el bar tiene un potencial económico viable, especialmente si se implementan estrategias de sostenibilidad e innovación que diferencien la oferta y mejoren los márgenes de rentabilidad (Hernández, Fernández & Baptista, 2014; Combo HR, s.f.).

8.3 Viabilidad Comercial

La evaluación de la viabilidad comercial de *Esquina Bar* se sustenta en un análisis integral que considera tanto la demanda estimada como la efectividad proyectada de las estrategias de mercadeo. De acuerdo con el análisis de mercado, el bar se encuentra en una zona estratégica con un flujo peatonal estimado de 8.500 personas diarias en un radio de 500 metros, siendo el 62% estudiantes universitarios y empleados de comercios cercanos. Este entorno genera una **demanda potencial mensual de aproximadamente 15.000 a 20.000 clientes únicos**, considerando una frecuencia promedio de salida de 3 a 4 veces al mes por parte del público objetivo.

A partir de los datos recolectados en las encuestas presenciales (n=150), se identificó que un **65% del público estaría dispuesto a pagar hasta un 20% más por productos sostenibles**, mientras que un **78% manifestó interés por cócteles con ingredientes locales**. Estas cifras respaldan la aceptación del concepto de valor del bar. Tomando en cuenta la capacidad instalada del local (60 personas sentadas) y una tasa de ocupación promedio estimada del 45% en el primer año (según el plan financiero), se proyecta una **demanda efectiva inicial de 648 clientes al mes** ($60 \text{ puestos} \times 45\% \text{ ocupación} \times 6 \text{ días} \times 4 \text{ semanas}$), con potencial de crecimiento hasta 936 clientes mensuales al alcanzar el 65% de ocupación en el año 5.

En cuanto a las estrategias de mercadeo, se diseñó un enfoque multicanal basado en tres pilares:

- **Marketing de contenidos y redes sociales:** mediante campañas con influencers, storytelling de prácticas sostenibles y visibilización de productos diferenciadores. Se espera aumentar en un 20% las interacciones mensuales y un 15% el tráfico web orgánico.
- **Eventos y experiencias inmersivas:** como los “Jueves de Innovación Social” y talleres de mixología sostenible, que buscan aumentar la fidelización del cliente y las visitas recurrentes.
- **Promociones responsables:** incluyendo incentivos por transporte sostenible y un programa de puntos para clientes frecuentes.

Estas acciones están alineadas con el comportamiento del consumidor identificado en la investigación de mercado y se espera que impacten positivamente en la captación y retención de clientes. Según el benchmarking realizado, ningún bar competidor cercano ofrece una propuesta con este nivel de integración entre sostenibilidad, innovación y experiencia educativa, lo cual representa una clara **ventaja competitiva**.

Tabla 21

Análisis comparativo de competencia directa

Competidor	Tipo de establecimiento	Diferenciador principal	Precio promedio por persona
Bar La 83	Bar deportivo	Pantallas grandes para eventos	\$35.000
Terraza Campus	Gastrobar con eventos	Música en vivo y coctelería	\$50.000
La Taberna de Belén	Bar tradicional	Ambiente bohemio	\$30.000

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo, 2025.

Aunque la competencia es significativa, ninguno de estos bares integra una propuesta basada en sostenibilidad con una experiencia educativa y gastronómica diferenciada, lo cual representa una ventaja competitiva para *Esquina Bar*.

Barreras de entrada identificadas:

- Requisitos normativos de funcionamiento (licencias, normas de salubridad, acústica).
- Necesidad de inversión en mobiliario, tecnología e inventario inicial.
- Dificultad para atraer clientela ya fidelizada con bares vecinos.

En conclusión, la viabilidad comercial del proyecto es alta, al existir una demanda claramente identificada, una diferenciación estratégica en la propuesta de valor y un conjunto de acciones de mercadeo coherentes y dirigidas al segmento objetivo. La sinergia entre estos elementos fortalece las proyecciones de ingresos y sustenta la sostenibilidad del negocio en el mediano y largo plazo.

8.4 Viabilidad Ambiental

Las prácticas sostenibles propuestas, como la reducción, reutilización y reciclaje de residuos, el uso eficiente de recursos y la promoción de productos locales, contribuyen a minimizar el impacto ambiental del bar. La implementación de estas acciones no solo cumple con las expectativas de los clientes actuales, sino que también responde a las regulaciones ambientales vigentes en Medellín y a las tendencias globales del sector hostelero (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020; Diageo Bar Academy, 2024).

La participación en programas municipales de sostenibilidad y la obtención de certificaciones ambientales pueden fortalecer la imagen del bar y abrir nuevas oportunidades de negocio.

8.5 Viabilidad Legal

El proyecto cumple con la normatividad legal vigente para establecimientos de hostelería en la ciudad de Medellín. Se verificó el cumplimiento de los siguientes aspectos:

- Inscripción en Cámara de Comercio.
- RUT ante la DIAN.
- Uso de suelos permitido para actividades comerciales en la zona.
- Licencias sanitarias y de funcionamiento ante la Secretaría de Salud y de Gobierno.
- Normas de seguridad (Plan de Emergencias, extintores, salidas de emergencia).

No se identificaron barreras legales que impidan el desarrollo del proyecto. Adicionalmente, se evaluará la posibilidad de acceder a beneficios tributarios por implementación de prácticas sostenibles.

8.6 Análisis de Riesgos

A pesar de la viabilidad identificada en los aspectos anteriores, existen riesgos asociados a la implementación del proyecto, entre los que se destacan:

Tabla 22

Matriz de priorización de riesgos

Categoría	Riesgo	Probabilidad	Impacto	Medida de Mitigación
Operativo	Daños en equipos principales	Media	Alta	Contratar mantenimiento preventivo mensual y

				capacitar al personal en uso adecuado.
Financiero	Fluctuaciones en los costos de insumos	Alta	Media	Establecer convenios a largo plazo con proveedores locales.
Comercial	Baja captación de clientes en temporada baja	Alta	Alta	Desarrollar eventos temáticos y promociones específicas para fidelización.
Legal	Cambios normativos sobre ruido o licencias	Baja	Alta	Monitoreo constante de normativas y asesoría legal trimestral.
Sanitario	Sanciones por incumplimiento en manipulación de alimentos	Media	Alta	Capacitaciones certificadas al personal en BPM (Buenas Prácticas de Manufactura).

Nota. Elaboración propia (2025).

La matriz permite visualizar y priorizar los riesgos que pueden afectar la operación del bar. Los riesgos comerciales y sanitarios son los más críticos y requieren acciones preventivas inmediatas.

Esta herramienta es clave para una gestión proactiva y sostenible del negocio.

8.7. Plan de Seguimiento y Control

Una vez en funcionamiento, se implementará un sistema de control interno para monitorear los indicadores de desempeño relacionados con sostenibilidad, rentabilidad y fidelización.

Tabla 23

Indicadores de viabilidad y seguimiento del desempeño

Indicador	Frecuencia de medición	Meta de cumplimiento
Nivel de ventas	Mensual	Aumento del 10% trimestral
Satisfacción del cliente	Trimestral	$\geq 85\%$ en encuestas
Costo operativo / ventas (%)	Mensual	$\leq 65\%$
Eventos sostenibles realizados	Mensual	≥ 2 eventos por mes
Porcentaje de residuos reciclados	Mensual	$\geq 70\%$

Fuente: Plan operativo y ambiental de Esquina Bar (2025).

El monitoreo frecuente de estos indicadores permitirá detectar desviaciones a tiempo y ajustar estrategias para mantener la viabilidad operativa y financiera del proyecto, fortaleciendo así su sostenibilidad a largo plazo.

9. Resultados

9.1 Resultados del Análisis de Mercado Realizado

9.1.1 Hallazgos sobre el Público Objetivo

El público objetivo de Esquina Bar está compuesto principalmente por adultos jóvenes con edades comprendidas entre los 25 y 45 años, residentes en la Comuna 16 de Medellín y estudiantes de

instituciones cercanas como la Universidad de Medellín. Desde el punto de vista demográfico, este grupo posee formación técnica o profesional, un ingreso mensual medio entre \$1.500.000 y \$3.500.000 COP y una alta movilidad peatonal en el sector Belén Los Alpes, facilitada por su cercanía a centros universitarios y comerciales.

Desde una perspectiva psicográfica, se trata de consumidores que valoran experiencias auténticas, sostenibilidad ambiental y productos artesanales o con identidad local. Este grupo se identifica con causas sociales y ecológicas, mostrando mayor afinidad hacia marcas con propósito y responsabilidad ambiental. La mayoría tiene afinidad por la coctelería artesanal, la música en vivo, el diseño de espacios acogedores y la tecnología integrada (menús QR, pago digital). Son usuarios activos en redes sociales, lo cual los convierte en multiplicadores de experiencias positivas y promotores del bar si su vivencia supera las expectativas.

9.1.2 Análisis de la Competencia Directa e Indirecta

Para evaluar la posición estratégica de Esquina Bar, se realizó un análisis comparativo de precios con tres establecimientos del entorno inmediato (radio de 500 metros). La Tabla 24 presenta el precio promedio de productos clave como cócteles y micheladas, identificando oportunidades de ajuste competitivo sin comprometer la calidad ni el enfoque sostenible.

Tabla 24

Comparación de precios entre Esquina Bar y la competencia directa

Producto	Esquina Bar	Bar La 83	Terraza Campus

Cóctel artesanal	\$18.000	\$22.000	\$16.000
Michelada saborizada	\$12.000	\$10.000	\$15.000
Cerveza nacional 330 ml	\$6.000	\$6.500	\$5.500
Horario de atención	11am–3am	6pm–2am	10am–10pm

Nota. Fuente: trabajo de campo propio, abril 2025.

Esquina Bar se posiciona como una opción accesible, con precios intermedios que ofrecen un valor agregado por su compromiso sostenible, ingredientes de origen local y experiencias diferenciadas. La amplitud del horario de atención también representa una ventaja competitiva en cuanto a disponibilidad y segmentación horaria.

9.1.3 Tendencias del Sector Hostelero Aplicables al Emprendimiento

Las tendencias más relevantes incluyen la digitalización del servicio (pedidos desde el móvil), el consumo consciente (productos locales y prácticas sostenibles), la personalización de la experiencia, y el fortalecimiento del marketing experiencial. Estas líneas de acción se alinean con la propuesta de valor del emprendimiento.

9.2 Resultados de la Formulación de la Estrategia de Mercadeo

9.2.1 Estrategias de Producto/Servicio Innovador y Sostenible

Se diseñó una oferta gastronómica basada en productos locales y menús cambiantes para evitar desperdicios. Se incorporan vasos reutilizables, separación de residuos y alianzas con proveedores eco responsables.

9.2.2 Estrategia de Precios

La estrategia de precios es penetrativa y flexible, adecuada al poder adquisitivo del público meta. Se plantean combos, precios diferenciados por horario y fidelización por consumos recurrentes.

9.2.3 Canales de Distribución y Estrategia de Plaza

El servicio se concentra en atención directa en el local. Se contempla presencia en apps de domicilios para extender el alcance. La ubicación estratégica (entre universidad y centro comercial) fortalece la accesibilidad.

9.2.4 Plan de Promoción y Comunicación

El marketing digital será el eje principal, utilizando redes sociales, contenido audiovisual, promociones y eventos temáticos. Se contemplan colaboraciones con influenciadores locales y alianzas estratégicas con marcas emergentes.

9.3 Resultados del Diseño del Plan Operativo

9.3.1 Estructura Organizacional Propuesta

El bar funcionará con una estructura plana: un administrador general (emprendedor), cocinero, bartender, personal de servicio y apoyo logístico rotativo según demanda.

9.3.2 Procesos Clave del Negocio

Los procesos críticos incluyen: compras responsables, manejo eficiente de inventario, atención al cliente, gestión ambiental (residuos, ahorro energético), control de calidad y gestión financiera básica.

9.3.3 Requerimientos de Infraestructura, Equipos y Tecnología

Se requieren equipos de cocina semiprofesionales, mobiliario funcional, iluminación LED, sistema POS, software contable y dispositivos para promoción digital. No se contempla infraestructura robusta por tratarse de un bar de concepto versátil.

9.4 Resultados de la Proyección del Plan Financiero

La Tabla 25 presenta tres escenarios financieros (pesimista, moderado y optimista) con base en variables críticas como la tasa de ocupación, costos operativos y nivel de ventas. A continuación, se describen los supuestos utilizados en cada caso:

- *Escenario pesimista:* tasa de ocupación del 35% durante el primer año, incremento de costos fijos por encima del 10%, baja efectividad del marketing y baja rotación de clientes.
- *Escenario moderado:* tasa de ocupación del 45%, crecimiento estable del 5% anual, costos controlados, campañas de marketing con efecto moderado.
- *Escenario optimista:* tasa de ocupación del 60%, incremento del ticket promedio, reducción de costos por alianzas con proveedores y alta fidelización de clientes.

Tabla 25

Escenarios financieros proyectados según tasa de ocupación

Escenario	Ventas Mensuales	Costos Operativos	Utilidad Neta	ROI Anual Estimado (%)
Pesimista	\$20.000.000	\$18.000.000	\$2.000.000	12%
Moderado	\$30.000.000	\$20.000.000	\$10.000.000	32%
Optimista	\$40.000.000	\$22.000.000	\$18.000.000	58%

Fuente: Proyecciones financieras del proyecto (2025).

La inclusión de estos escenarios refuerza la robustez del análisis y permite anticipar decisiones estratégicas ante posibles variaciones del mercado.

9.4.1. Análisis de sensibilidad financiera

Para complementar el análisis, se evaluó el impacto de tres variables críticas en la rentabilidad del proyecto: variación en el costo de insumos, nivel de demanda y aumento en las ventas. La Tabla 26 presenta el análisis de sensibilidad con base en la utilidad proyectada del primer año.

Tabla 26

Análisis de sensibilidad sobre la utilidad neta proyectada (año 1)

Escenario	Utilidad Neta Estimada
Valor base	\$77.646.000

+10% en costos operativos	\$66.030.000
-10% en demanda	\$60.234.000
+15% en ventas	\$89.293.000

Nota. Elaboración propia con base en proyecciones financieras del modelo (2025).

El análisis demuestra que el negocio es sensible a la reducción de la demanda, dado su modelo intensivo en volumen de clientes. No obstante, un aumento en ventas derivado de campañas efectivas o alianzas estratégicas puede mejorar significativamente la utilidad neta. Esta información es clave para decisiones de precios, marketing y control de costos.

9.4.2 Cálculo del Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio se calcula alcanzando una venta promedio mensual equivalente al 70% de la capacidad instalada del bar.

9.5 Resultados del Análisis de Viabilidad Integral

9.5.1 Viabilidad Técnica

El modelo operativo es técnicamente viable con el uso de recursos disponibles localmente y proveedores confiables.

9.5.2 Viabilidad Económica y Financiera

Las proyecciones indican que el negocio puede sostenerse y crecer gradualmente, con retorno de inversión estimado en el segundo año de operación.

9.5.3 Viabilidad Comercial y de Mercado

El análisis de mercado respalda la demanda del modelo de negocio, reforzada por la ubicación estratégica y el diferencial sostenible/innovador.

9.5.4 Viabilidad Legal y Normativa

El bar se acoge a la normatividad local para establecimientos nocturnos y de consumo de alimentos, incluyendo protocolos sanitarios, permisos de funcionamiento y gestión de residuos.

9.6 Resultados del Análisis de Riesgos y Plan de Mitigación

Se identificaron riesgos en cinco categorías (operativos, financieros, comerciales, legales y sanitarios). La priorización se realizó con base en probabilidad e impacto. A continuación, se presenta la matriz de priorización:

Tabla 27

Matriz de riesgos y plan de mitigación

Categoría	Riesgo	Probabilidad	Impacto	Nivel de Prioridad	Medida de Mitigación
Comercial	Baja captación de clientes en temporada baja	Alta	Alta	Alta	Eventos temáticos, promociones estacionales.

Sanitario	Sanciones por malas prácticas en alimentos	Media	Alta	Alta	Capacitaciones certificadas en BPM.
Operativo	Daños en equipos principales	Media	Alta	Media-Alta	Mantenimiento preventivo y entrenamiento del personal.
Financiero	Fluctuaciones en costos de insumos	Alta	Media	Media	Convenios con proveedores locales a largo plazo.
Legal	Cambios normativos sobre ruido o licencias	Baja	Alta	Media	Asesoría legal periódica y monitoreo de normativas.

Fuente: Elaboración propia (2025).

9.7 Implicaciones para la Toma de Decisiones

Los resultados obtenidos permiten orientar la toma de decisiones hacia la consolidación de una propuesta diferenciadora, financieramente rentable y ambientalmente sostenible. Las estrategias sugeridas y los mecanismos de mitigación propuestos actúan como herramientas de gestión para anticiparse a escenarios adversos y ajustar el modelo de negocio en función del entorno.

10. Conclusiones

10.1 Conclusiones Fundamentales del Proyecto de Emprendimiento

El proyecto demostró que es posible combinar innovación y sostenibilidad en el sector de la hostelería a través de un bar emprendedor en Belén Los Alpes, Medellín. El estudio evidenció que adoptar prácticas responsables, como el reciclaje, la eficiencia energética y la gestión ambiental, no solo es viable, sino que representa una ventaja competitiva y un valor agregado para el cliente. Además, la incorporación de eventos culturales y alianzas con artistas locales refuerza el sentido de comunidad y fidelización.

Desde una perspectiva práctica, estos hallazgos ofrecen una guía replicable para otros bares y establecimientos hosteleros en Medellín y otras regiones similares. En especial, destacan la importancia de diseñar una propuesta de valor basada en la autenticidad, la conexión con la comunidad y la gestión responsable de los recursos. Para los emprendedores del sector, este modelo sugiere que es posible alcanzar rentabilidad sin sacrificar sostenibilidad, mediante estrategias diferenciadoras adaptadas al contexto local.

10.2 Nivel de Cumplimiento de los Objetivos General y Específicos

El objetivo general de analizar la viabilidad de un bar innovador y sostenible fue plenamente alcanzado. Se desarrolló un estudio integral que incluyó aspectos de mercado, técnicos, financieros y ambientales. En cuanto a los objetivos específicos:

- Se identificaron prácticas sostenibles aplicables al negocio.
- Se diagnosticaron las tendencias del mercado y las necesidades del público objetivo.
- Se propuso un modelo operativo viable que integra innovación, sostenibilidad y rentabilidad.

10.3 Aportes de la Investigación y la Propuesta de Emprendimiento al Sector de la Hostelería y la Sostenibilidad en Medellín

Este proyecto aporta una visión alternativa a los modelos tradicionales de bares en Medellín, demostrando que la sostenibilidad puede integrarse en la oferta de valor sin sacrificar la rentabilidad. Asimismo, se convierte en una referencia para otros emprendedores del sector que buscan diferenciarse mediante prácticas responsables, fomentando una cultura empresarial más consciente en la ciudad.

Además, este trabajo propone herramientas prácticas que pueden ser adoptadas por empresarios y autoridades locales, tales como la implementación de indicadores de desempeño ambiental, la planificación de eventos culturales con impacto social y la creación de alianzas estratégicas con proveedores sostenibles. Estos aportes son especialmente relevantes para la formulación de políticas públicas y estrategias de apoyo al emprendimiento local.

10.4 Identificación de las Limitaciones Encontradas Durante el Desarrollo del Proyecto

Durante el desarrollo del proyecto se presentaron limitaciones como la escasa disponibilidad de información estadística local específica del sector hostelero sostenible, así como la dificultad para acceder a proveedores eco-eficientes a bajo costo. También se enfrentaron a restricciones de tiempo y presupuesto para aplicar algunas técnicas de validación de mercado más robustas.

10.5. Futuras líneas de investigación

Teniendo en cuenta las limitaciones anteriores, se recomienda que futuras investigaciones aborden:

- **La escalabilidad del modelo de negocio sostenible** en otros contextos urbanos o rurales de Colombia.
- **El impacto a largo plazo** de las prácticas sostenibles sobre la rentabilidad, fidelización del cliente y reputación de marca en bares y restaurantes.

- **La adopción de tecnologías emergentes** (como inteligencia artificial, automatización de procesos, IoT) en pequeños establecimientos del sector hostelero.
- **Estudios comparativos** entre barrios o comunas de Medellín para analizar cómo las condiciones socioeconómicas afectan la viabilidad de modelos sostenibles en bares.

11. Recomendaciones

Las siguientes recomendaciones se derivan del análisis del caso de Esquina Bar, la evaluación de su viabilidad técnica, financiera, ambiental y comercial, así como de las oportunidades detectadas en el entorno competitivo. Estas recomendaciones están organizadas en tres niveles: estratégicas, operativas y financieras, seguidas de sugerencias para futuras investigaciones.

11.1. Recomendaciones para la Implementación del Proyecto

11.1.1. Recomendaciones Estratégicas

11.1.1.1. Enfoque en el Segmento de Mercado Específico

Se recomienda consolidar el enfoque hacia jóvenes universitarios entre 18 y 30 años, habitantes o visitantes de la Comuna 16 de Medellín, mediante acciones como:

- Diseñar y lanzar una campaña de fidelización con tarjetas virtuales de puntos, donde cada cliente acumule beneficios por visitas recurrentes (meta: 200 usuarios activos en el primer trimestre).
- Publicar contenidos hiperlocales semanales en redes sociales que destaquen eventos culturales y sostenibles del barrio (mínimo 2 publicaciones semanales en Instagram y TikTok).
- Realizar encuestas digitales trimestrales para conocer preferencias y adaptar la oferta a sus

intereses (objetivo: obtener al menos 100 respuestas por ciclo).

Para consolidar el enfoque hacia el segmento joven-universitario, se proponen acciones concretas que buscan mejorar la fidelización y adaptar la oferta del bar a sus intereses. Estas acciones se detallan a continuación:

Tabla 28

Acciones recomendadas para consolidar el enfoque hacia el segmento joven-universitario

Acción propuesta	Indicador de seguimiento	Meta	Frecuencia
Campaña de fidelización con tarjeta virtual de puntos	Número de usuarios activos	200 usuarios activos en el primer trimestre	Trimestral
Publicación de contenidos hiperlocales en redes sociales	Número de publicaciones	Mínimo 2 publicaciones semanales	Semanal
Encuestas digitales sobre preferencias	Respuestas obtenidas	Mínimo 100 respuestas por ciclo	Trimestral

Nota. Elaboración propia con base en las recomendaciones estratégicas del proyecto (2025).

Esta tabla resume las principales acciones orientadas a fortalecer el vínculo con el público objetivo. El uso de herramientas digitales y la generación de contenido hiperlocal permitirán personalizar la experiencia del cliente y fomentar su lealtad hacia el bar, fortaleciendo así su posicionamiento en la comuna 16 de Medellín.

11.1.1.2. Desarrollo de la Propuesta de Valor Diferencial

Para reforzar el posicionamiento del bar como pionero en sostenibilidad se recomiendan las siguientes estrategias:

- Lanzar un “menú circular” con rotación mensual, basado en ingredientes locales de temporada (meta: reducir desperdicio alimentario en un 25% en seis meses).
- Incluir narrativas visuales en el menú y redes sociales sobre el origen de los insumos y las historias de los productores aliados (al menos una historia nueva por mes).
- Certificar el bar con el sello "Negocio Verde" de la Alcaldía de Medellín durante el primer año de operación.

11.1.1.3. Estrategias de Marketing y Promoción Inicial

Las acciones de promoción deben centrarse en canales digitales, especialmente Instagram y TikTok, mediante contenido visual atractivo, colaboraciones con micro influencers y activaciones locales. Se sugiere las siguientes estrategias:

- Realizar eventos mensuales temáticos, como “Jueves de Innovación Sostenible” o “Sábados de Cerveza Artesanal”, en alianza con productores locales (meta: mínimo 1 evento por mes).
- Desarrollar un programa de referidos digital, ofreciendo beneficios a clientes que inviten a nuevos visitantes (meta: aumentar tráfico en un 15% en 3 meses).
- Colaborar con al menos tres micro influencers locales para amplificar la visibilidad de la marca en redes sociales (meta: alcanzar +10.000 visualizaciones por campaña).

11.1.2. Recomendaciones Operativas

11.1.2.1. Selección y Capacitación del Personal

La calidad del servicio y la implementación efectiva de prácticas sostenibles dependen directamente

del equipo humano del bar. Por tanto, se proponen acciones claves para garantizar una adecuada selección y formación del personal.

Tabla 29

Acciones para la selección y capacitación del personal alineadas con sostenibilidad y servicio

Acción propuesta	Indicador de seguimiento	Meta	Frecuencia
Proceso de selección con criterios de sostenibilidad	Porcentaje de personal seleccionado con afinidad a valores sostenibles	100 % del personal nuevo	Cada contratación
Capacitación en coctelería responsable y atención al cliente	Número de capacitaciones realizadas	1 capacitación mensual	Mensual
Talleres en gestión ambiental y comunicación empática	Satisfacción en encuestas post-capacitación	Calificación ≥ 4.5 / 5	Trimestral

Nota. Elaboración propia basada en los principios operativos del modelo sostenible de Esquina Bar (2025).

Estas acciones fortalecen la cultura organizacional basada en la sostenibilidad y la excelencia en el servicio. La formación constante y una selección alineada con los valores del proyecto asegurará un equipo comprometido con la visión del bar.

11.1.2.2. Optimización de la Cadena de Suministro

Para garantizar la trazabilidad y sostenibilidad de los productos, se recomienda las siguientes

acciones:

- Establecer convenios semestrales con mínimo cinco proveedores locales certificados, priorizando productos orgánicos y agroecológicos (meta: que el 70% de los insumos provengan de estos proveedores).
- Implementar un sistema de inventario circular con fichas técnicas y fechas de caducidad visibles, para reducir pérdidas (meta: reducir el desperdicio en un 20% durante el primer semestre).
- Programar visitas bimensuales a proveedores para auditar buenas prácticas y fortalecer relaciones colaborativas.

11.1.2.3. Implementación de Prácticas Sostenibles

Para que la sostenibilidad deje de ser un concepto abstracto y se convierta en parte integral de la operación del bar, se plantean acciones medibles y visibles que garanticen su implementación efectiva.

Tabla 30

Prácticas operativas sostenibles implementadas en Esquina Bar

Práctica sostenible	Indicador de seguimiento	Meta	Frecuencia
Separación y reciclaje de residuos	Porcentaje de residuos correctamente separados	≥ 90 % de residuos clasificados	Mensual
Uso de productos biodegradables en servicio	Porcentaje de insumos biodegradables utilizados	≥ 80 % del total de insumos	Bimestral

Medición del consumo energético y publicación en redes	Número de informes energéticos divulgados	1 informe mensual	Mensual
--	---	-------------------	---------

Nota. Elaboración propia a partir del plan de gestión ambiental del bar (2025).

La implementación de estas prácticas permite cuantificar el compromiso ambiental del bar y comunicarlo efectivamente a los clientes. Además, facilita la toma de decisiones informadas sobre mejoras continuas en sostenibilidad.

11.1.2.4. Gestión de Calidad y Servicio al Cliente

Se recomienda implementar estrategias como:

- Establecer un protocolo de atención al cliente en tres pasos (bienvenida, servicio, despedida) con tiempos máximos de respuesta por tipo de solicitud (meta: tiempo de atención <5 min por pedido).
- Instalar buzones QR visibles en el local para recibir sugerencias en tiempo real, y revisar esta información semanalmente en comité operativo.
- Realizar encuestas digitales de satisfacción al cliente mensualmente, con una meta de obtener una calificación promedio superior a 4.5 sobre 5 en temas como servicio, limpieza y ambiente.

11.1.3. Recomendaciones Financieras

11.1.3.1. Estrategias de Financiamiento Inicial

En caso de requerir recursos adicionales, se recomienda explorar fuentes de financiación alternativa como crowdfunding local, fondos de emprendimiento sostenible (Alcaldía de Medellín, Bancoldex, iNNpulsa), y alianzas con universidades o entidades culturales. Además, buscar certificaciones verdes podría abrir la puerta a incentivos tributarios.

11.1.3.2. Control y Monitoreo de Costos

Un control financiero efectivo es esencial para la sostenibilidad del bar. La siguiente tabla resume las acciones para monitorear y reducir costos sin comprometer la calidad del servicio.

Tabla 31

Acciones para el control y monitoreo de costos en Esquina Bar

Acción propuesta	Indicador de seguimiento	Meta	Frecuencia
Uso de software POS para clasificación de gastos	Reportes generados automáticamente	1 reporte detallado mensual	Mensual
Establecimiento de metas de reducción de desperdicios	Porcentaje de reducción de desperdicio	Reducción del 15 % en 6 meses	Trimestral
Control de consumo energético con metas de eficiencia	Consumo kWh comparado con meses anteriores	Disminución del 10 % mensual	Mensual

Nota. Elaboración propia con base en el plan financiero operativo del bar (2025).

Estas medidas permiten mantener la rentabilidad del bar mediante una gestión eficiente de los recursos. El uso de tecnología y métricas claras fortalece la toma de decisiones informadas y sostenibles.

11.1.3.3. Proyecciones Financieras y Escenarios

La planificación financiera basada en diferentes escenarios permite prepararse ante variaciones del mercado. A continuación se resumen los enfoques propuestos:

Tabla 32

Escenarios proyectados para la gestión financiera del bar

Escenario	Supuestos clave	Acción recomendada
Optimista	Alta afluencia, costos estables	Reinvertir utilidad en expansión y marketing digital
Moderado	Demanda promedio, incremento leve de insumos	Ajuste gradual de precios y optimización de procesos
Pesimista	Baja afluencia, insumos costosos	Reducción de horarios, renegociación con proveedores

Nota. Elaboración propia con base en simulaciones financieras del proyecto (2025).

Estos escenarios ayudan a tomar decisiones ágiles frente a los cambios del entorno, asegurando la sostenibilidad del negocio a mediano plazo mediante una planificación flexible.

11.1.4. Recomendación sobre Validación Continua y Adaptabilidad del Modelo de Negocio

La sostenibilidad y la innovación en el sector hostelero requieren de un enfoque dinámico y flexible que permita adaptarse a cambios en el comportamiento del consumidor, nuevas regulaciones o transformaciones del entorno competitivo. Por ello, se recomienda implementar un proceso de validación continua y ajuste periódico del modelo de negocio.

Se recomiendan las siguientes acciones concretas y medibles:

- Aplicar encuestas de satisfacción al cliente cada dos meses, con preguntas sobre nuevos

productos, experiencias y sugerencias de mejora (meta: obtener mínimo 100 respuestas por ciclo y una calificación promedio de $\geq 4.3/5$).

- Desarrollar sesiones trimestrales de análisis estratégico, donde se revisen tendencias del mercado, indicadores clave (ventas, ticket promedio, tráfico) y se propongan ajustes al modelo (meta: realizar mínimo 4 sesiones anuales documentadas).
- Implementar un sistema de feedback abierto 24/7 mediante códigos QR y formularios digitales, facilitando la recolección de ideas directamente desde los clientes y empleados (meta: procesar y responder al menos el 90% de las sugerencias recibidas).
- Testear cada nuevo producto, experiencia o campaña en fase piloto, durante al menos dos semanas antes de su lanzamiento general (meta: validar mínimo 3 innovaciones anuales bajo este esquema).
- Elaborar un reporte semestral de lecciones aprendidas, con evidencias de qué estrategias funcionan, cuáles no, y qué cambios se implementaron como resultado.

11.1.5. Recomendación sobre Gestión Financiera y Monitoreo del Presupuesto

Una gestión financiera rigurosa es esencial para asegurar la sostenibilidad a largo plazo de Esquina Bar. Controlar en tiempo real los gastos, actualizar las proyecciones y analizar los flujos de caja permite anticipar desviaciones, tomar decisiones informadas y mantener la rentabilidad del negocio.

Se proponen las siguientes acciones concretas y medibles:

- Establecer un sistema de control presupuestal mensual, que compare ingresos, egresos y flujo de caja frente a lo proyectado (meta: mantener un margen de desviación inferior al 10% en los primeros 6 meses).
- Revisar y ajustar las proyecciones financieras cada trimestre, integrando escenarios múltiples (optimista, moderado y conservador), según el comportamiento del mercado y los resultados

operativos reales (meta: ejecutar 4 revisiones anuales documentadas).

- Utilizar un software contable o POS con panel de control financiero en tiempo real, que permita visualizar y desglosar los ingresos por categoría (bebidas, alimentos, eventos), así como controlar los costos directos e indirectos.
- Crear un fondo de contingencia equivalente al 10% de los ingresos mensuales, destinado a responder ante imprevistos como fluctuaciones de insumos, reparaciones o cambios normativos.
- Realizar reuniones mensuales de análisis financiero con el equipo administrativo, para tomar decisiones de reducción de costos, ajustes de precios o nuevas inversiones (meta: realizar mínimo 12 reuniones al año con actas).

11.2. Recomendaciones para Futuras Investigaciones

11.2.1. Evaluación del impacto de las prácticas sostenibles

Para determinar la efectividad real de las acciones sostenibles implementadas, es necesario establecer indicadores de medición claros. A continuación se presentan los principales:

Tabla 33

Indicadores para evaluar el impacto de las prácticas sostenibles en Esquina Bar

Indicador	Método de medición	Meta anual	Fuente de verificación
Reducción de residuos	Kilogramos de residuos reciclados	Reducción del 30 %	Informes de gestión de residuos
Disminución de huella de	Cálculo de CO ₂	Reducción del	Software de medición

carbono	equivalente por consumo	20 %	ambiental
Percepción del cliente sobre sostenibilidad	Encuestas de satisfacción	Calificación \geq 4.5/5	Resultados de encuestas trimestrales

Nota. Elaboración propia con base en el sistema de evaluación del impacto ambiental del bar (2025).

Medir el impacto de las acciones sostenibles fortalece la credibilidad del bar frente a clientes y entidades aliadas. Estos indicadores permiten ajustar las estrategias ambientales y mejorar la reputación del emprendimiento.

11.2.2. Análisis de la Competencia a Largo Plazo

Futuros estudios podrían centrarse en cómo reaccionan los competidores a modelos de negocios sostenibles e innovadores, y cómo adaptan su oferta en función de estas nuevas tendencias, generando benchmarking continuo.

11.2.3. Evaluación del Impacto de las Prácticas Sostenibles

Es recomendable diseñar indicadores que midan el impacto real de las prácticas sostenibles implementadas (huella de carbono reducida, residuos reciclados, ahorro energético) y compararlos con estándares del sector para evaluar el progreso del modelo.

11.2.4. Exploración de Nuevas Tecnologías en el Sector

Incorporar tecnología avanzada en el bar puede mejorar tanto la eficiencia operativa como la experiencia del cliente. La siguiente tabla resume posibles aplicaciones tecnológicas a evaluar.

Tabla 34

Tecnologías emergentes aplicables a bares sostenibles

Tecnología propuesta	Aplicación en el bar	Beneficio esperado
Inteligencia artificial	Predicción de inventario y demanda	Reducción de desperdicio y sobrecostos
Blockchain	Trazabilidad de insumos	Mayor transparencia para el consumidor
Realidad aumentada	Interacción con el menú o bebidas	Experiencia de cliente más inmersiva

Nota. Elaboración propia basada en la exploración de tendencias tecnológicas del sector hostelero (2025).

La adopción de nuevas tecnologías no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también fortalece el atractivo del bar ante un público joven y digitalmente conectado.

12. Cronograma de Implementación

El cronograma de implementación se estructura en tres fases principales que abarcan el primer año de operación del bar emprendedor. Cada fase responde a objetivos específicos que permiten una puesta en marcha ordenada, eficiente y coherente con la visión estratégica del proyecto.

Tabla 35

Cronograma de implementación del bar emprendedor Esquina Bar

Fase / Actividad	Duración (semanas)	Dependencia	Responsable	Colchón (semanas)	Hito Principal
Fase 1: Planificación y Pre-Apertura (Mes 1-3)					

Constitución legal y trámites	3	Ninguna	Propietario / Asesor legal	1	Obtención del RUT y permisos locales
Adecuación del local	5	Trámites legales	Propietario / Arquitecto	1	Finalización de obra física y operativa
Contratación y capacitación del personal	4	Adecuación parcial	Gerente operativo / Consultor externo	1	Personal clave contratado y capacitado
Desarrollo de identidad de marca y marketing pre-lanzamiento	6	Paralelo a otras tareas	Community manager / Diseñador gráfico	0	Activación de redes sociales y estrategia visual
Fase 2: Lanzamiento y Operación Inicial (Mes 4-6)					
Evento de apertura oficial	1	Finalización de fase 1	Propietario / Community manager	0	Apertura del bar y recepción de primeros clientes
Implementación de promociones y eventos temáticos	8	Post-apertura	Community manager / Bartender principal	1	Primera campaña mensual ejecutada con éxito
Monitoreo y ajuste de operación	4	Desde semana 2 post-apertura	Gerente operativo / Analista externo	1	Primer informe de desempeño con recomendaciones
Recopilación de feedback de clientes	2	Durante toda la operación	Personal de servicio / Community manager	0	Análisis de sugerencias e identificación de mejoras

Fase 3: Crecimiento y Consolidación (Mes 7-12)					
Evaluación de desempeño general	3	Datos acumulados de operación	Gerente operativo / Consultor externo	1	Reporte semestral con indicadores clave
Ajustes estratégicos (menú, horarios, precios)	2	Evaluación de desempeño	Propietario / Chef / Bartender principal	1	Aplicación de mejoras basadas en datos
Implementación del programa de fidelización	4	Consolidación de operaciones	Community manager / Gerente operativo	0	Lanzamiento del sistema de puntos / recompensas

Nota. Elaboración propia (2025). El cronograma contempla un enfoque progresivo y adaptable, integrando tiempos de contingencia en fases críticas, responsables claros y objetivos verificables por hitos.

12.1. Fases del Proyecto de Implementación

12.1.1. Fase 1: Planificación y Pre-Apertura (Mes 1-3)

12.1.1.1. Constitución Legal y Trámites

En esta etapa se realiza el registro del negocio ante la Cámara de Comercio de Medellín, se tramita el RUT ante la DIAN y se gestionan permisos de funcionamiento y de manipulación de alimentos ante la Secretaría de Salud y la Alcaldía de Medellín. También se contempla la inscripción en el régimen tributario correspondiente y las certificaciones ambientales iniciales.

12.1.1.2. Búsqueda y Adecuación del Local

Aunque el local ya está identificado (carrera 83B #30-08, Belén Los Alpes), se contempla la adecuación del espacio para cumplir con los principios de sostenibilidad del proyecto: instalación de iluminación LED, estaciones de reciclaje, cocina ecoeficiente y decoración con materiales reutilizados.

12.1.1.3. Contratación y Capacitación del Personal Clave

Se prioriza la contratación del gerente operativo, bartender principal, community manager y encargado de sostenibilidad. La capacitación incluye formación en atención al cliente, prácticas sostenibles, manipulación higiénica de alimentos y uso de herramientas digitales.

12.1.1.4. Desarrollo de la Identidad de Marca y Marketing Pre-Lanzamiento

Se construyen los elementos visuales y narrativos de la marca (logo, colores, eslogan, storytelling), y se activa la presencia digital en redes sociales y plataformas de reservas. También se desarrolla contenido para generar expectativa, como videos del proceso de adecuación y presentaciones del equipo.

12.1.2. Fase 2: Lanzamiento y Operación Inicial (Mes 4-6)

12.1.2.1. Apertura del Bar y Evento de Lanzamiento

Se programará un evento inaugural con aliados locales, influencers y primeras promociones. El evento sirve para posicionar la propuesta diferenciadora del bar y captar la atención de la comunidad.

12.1.2.2. Implementación de la Estrategia de Marketing y Promoción

Se lanza oficialmente la campaña en redes sociales, se activan promociones por transporte sostenible y eventos semanales como “Noches de Coctelería Responsable”. También se inicia la gestión de

reseñas y la optimización del perfil en plataformas como Google Maps y TripAdvisor.

12.1.2.3. Monitoreo y Ajuste de la Operación

Se inicia la medición de los primeros indicadores clave: flujo de clientes, ventas diarias, satisfacción del cliente y gestión de residuos. En esta fase se corrigen posibles desviaciones logísticas y operativas.

12.1.2.4. Recopilación de Feedback de los Clientes

Se aplican encuestas breves (físicas y digitales) y se recogen sugerencias a través de redes sociales y buzones QR. La información recopilada servirá como base para los ajustes estratégicos posteriores.

12.1.3. Fase 3: Crecimiento y Consolidación (Mes 7-12)

12.1.3.1. Evaluación del Desempeño y Ajustes Estratégicos

Se realiza una evaluación semestral del desempeño del bar basada en KPIs financieros, ambientales y de experiencia del cliente. Se ajustan procesos, horarios, menú y eventos según la demanda y los aprendizajes acumulados.

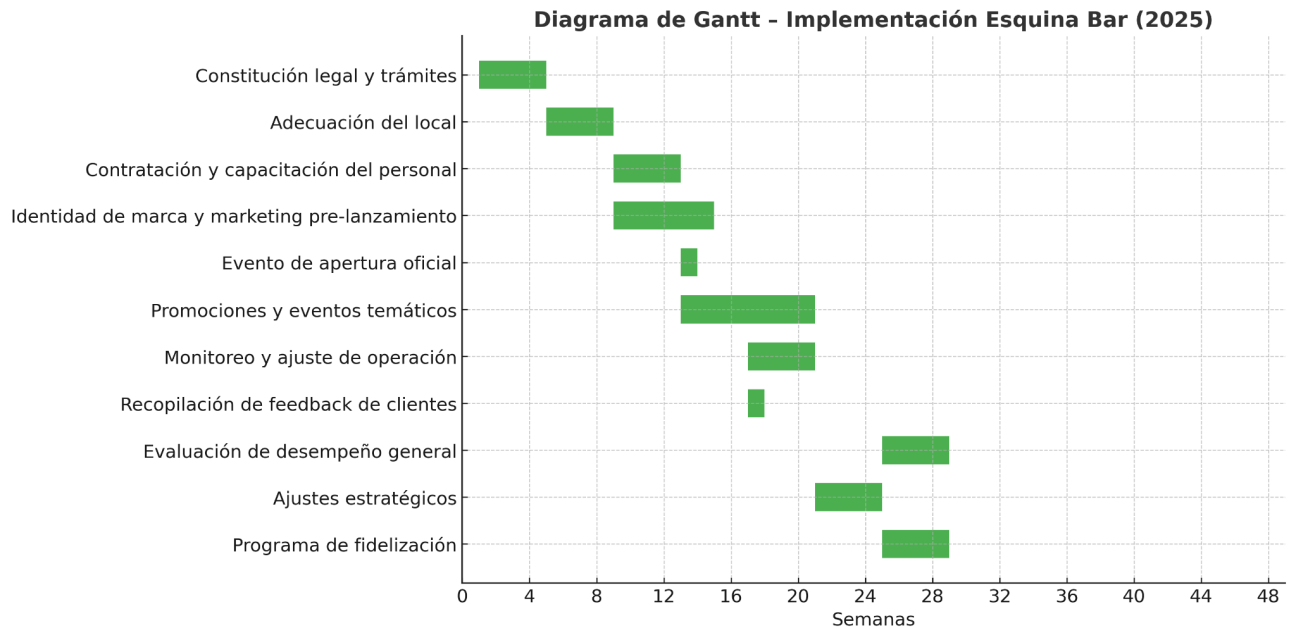
12.1.3.2. Implementación de Programas de Fidelización

Se lanza un programa de puntos o recompensas para clientes frecuentes, con beneficios como descuentos exclusivos, productos especiales o participación en eventos privados. Este programa busca aumentar la recurrencia y el ticket promedio.

12.2. Diagrama de Gantt Detallado

Figura 4

Diagrama de Gantt detallado del proyecto Esquina Bar.



Nota. Elaboración propia (2025). El cronograma representa las tareas clave, sus duraciones, responsables y dependencias durante las tres fases del proyecto: planificación, lanzamiento y consolidación.

12.2.1. Tareas, Duración y Dependencias

- Constitución legal y trámites: 3 semanas – depende de la disponibilidad de documentación.
- Adecuación del local: 4-6 semanas – comienza tras trámites iniciales.
- Contratación y capacitación: 4 semanas – paralela a la adecuación.
- Marketing pre-lanzamiento: 6 semanas – en paralelo a adecuaciones y contrataciones.
- **Evento de apertura: Semana 13** – depende de finalización de adecuaciones y formación.

12.2.2. Responsables de Cada Tarea

- Trámites legales: Asesor legal / Propietario
- Adecuación del local: Arquitecto / Ingeniero / Propietario
- Contratación: Gerente operativo

- Capacitación: Consultor en sostenibilidad y hospitalidad
- Marketing: Community manager y diseñador gráfico
- Monitoreo inicial: Gerente + analista externo

12.2.3. Hitos Clave del Proyecto

- Obtención de licencias y permisos: Final de mes 1
- Finalización de adecuaciones: Final de mes 2
- Equipo completo y capacitado: Semana 10
- Evento de apertura: Semana 13
- Primera evaluación de desempeño: Mes 6
- Lanzamiento del programa de fidelización: Mes 8

13. Presupuesto Detallado

Para facilitar el análisis financiero del proyecto Esquina Bar, se presenta a continuación una tabla resumen que consolida los principales componentes del presupuesto: inversión inicial (gastos pre-operacionales), capital de trabajo y costos operativos mensuales y anuales. Esta organización permite tener una visión clara de las necesidades económicas del emprendimiento y tomar decisiones estratégicas de financiamiento, control de costos y sostenibilidad financiera.

Tabla 36

Resumen consolidado del presupuesto del proyecto Esquina Bar

Categoría	Detalle	Monto estimado (COP)
Inversión Inicial		

Trámites legales y licencias	Registro, RUT, uso del suelo, certificados ambientales	\$2.500.000
Adecuación del local	Obras menores, iluminación LED, puntos de reciclaje	\$20.000.000
Equipamiento y mobiliario	Mesas, sillas, POS, menaje ecológico	\$25.000.000
Marketing y publicidad de lanzamiento	Imagen corporativa, redes sociales, evento apertura	\$5.000.000
Subtotal Inversión Inicial		\$52.500.000
Capital de Trabajo Inicial		
Inventario inicial	Bebidas, frutas, materiales biodegradables	\$6.000.000
Gastos operativos primer mes	Nómina, alquiler, servicios públicos	\$6.500.000
Reserva para imprevistos	Fondo de contingencia	\$2.500.000
Subtotal Capital de Trabajo		\$15.000.000
Costos Operativos Mensuales		
Materia prima e insumos	Compras recurrentes de productos	\$4.000.000
Nómina mensual	Personal de servicio, bar, administración	\$5.000.000
Alquiler y servicios públicos	Arriendo, luz, agua, internet	\$2.000.000
Marketing y promoción continua	Redes sociales, contenido, publicidad local	\$1.000.000
Administración y mantenimiento	Papelería, aseo, soporte técnico	\$500.000
Subtotal Mensual		\$12.500.000
Subtotal Anual (12 meses)		\$150.000.000

TOTAL PRESUPUESTO PROYECTO (AÑO 1)	Inversión inicial + Capital de trabajo + Operación anual	\$217.500.000

Nota. Elaboración propia (2025). Los valores son estimados con base en precios del mercado local y pueden ajustarse según condiciones reales. Se recomienda revisar trimestralmente los costos y actualizar proyecciones según resultados operativos.

13.1. Inversión Inicial

13.1.1. Gastos Pre-Operacionales

13.1.1.1. Trámites Legales y Licencias

Incluye el registro del negocio ante la Cámara de Comercio, obtención del RUT, permisos sanitarios, uso del suelo, certificaciones ambientales iniciales y asesoría legal.

Monto estimado: \$2.500.000

13.1.1.2. Diseño y Adecuación del Local

Comprende las obras menores para habilitación del espacio, instalación eléctrica eficiente, adecuación de baños, cocina y barra, así como elementos de sostenibilidad (puntos de reciclaje, ventilación natural).

Monto estimado: \$20.000.000

13.1.1.3. Equipamiento y Mobiliario

Adquisición de sillas, mesas, neveras, licuadoras, sistema POS, menaje biodegradable y decoración ecológica.

Monto estimado: \$25.000.000

13.1.1.4. Marketing y Publicidad de Lanzamiento

Diseño de imagen corporativa, página web, activación en redes sociales, producción de contenido, y evento de apertura.

Monto estimado: \$5.000.000

13.1.2. Capital de Trabajo Inicial

13.1.2.1. Inventario Inicial

Comprende bebidas alcohólicas y no alcohólicas, frutas frescas, ingredientes orgánicos, vasos compostables y materiales promocionales.

Monto estimado: \$6.000.000

13.1.2.2. Gastos Operativos del Primer Mes (Alquiler, Servicios, Nómina)

Incluye arriendo del local, servicios públicos y pago inicial a personal (bartender, mesero, community manager, auxiliar).

Monto estimado: \$6.500.000

13.1.2.3. Reserva para Imprevistos

Fondo de contingencia para cubrir variaciones de precios, problemas técnicos o gastos no previstos en el primer trimestre.

Monto estimado: \$2.500.000

Total Inversión Inicial + Capital de Trabajo:

\$85.000.000

(Coincide con el plan financiero proyectado)

13.2. Costos Operativos Mensuales

13.2.1. Costos de Materia Prima e Insumos

Promedio mensual estimado de adquisición de frutas, bebidas, hielo ecológico, insumos biodegradables y productos de limpieza ecológicos.

Promedio mensual: \$8.000.000

13.2.2. Gastos de Personal (Salarios, Beneficios)

Incluye sueldos, prestaciones legales y seguridad social para todo el personal (6 personas en total).

Promedio mensual: \$5.500.000

13.2.3. Gastos de Alquiler y Servicios Públicos

Arriendo del local, servicios de agua, energía, internet, y recolección de residuos.

Promedio mensual: \$4.000.000

13.2.4. Gastos de Marketing y Promoción Continua

Publicidad digital, colaboraciones con influencers, promociones especiales y producción de contenido audiovisual.

Promedio mensual: \$1.500.000

13.2.5. Gastos Administrativos y Generales

Papelería, software de gestión, mantenimiento básico, seguros, transporte de insumos.

Promedio mensual: \$1.000.000

Costo Operativo Mensual Total Aproximado:

\$20.000.000

13.3. Proyecciones de Ingresos y Rentabilidad

13.3.1. Estimación de Ventas

Basada en una ocupación del 45% en el año 1, con un ticket promedio de \$35.000 y operación 6 días por semana.

- **Clientes estimados por semana: 162**
- **Ingresos mensuales estimados: \$24.570.000**
- **Ingresos anuales año 1: \$294.840.000**

13.3.2. Análisis de Costo-Volumen-Utilidad

Con costos fijos de \$9.500.000 y un margen de contribución del 65%, el bar necesita vender aproximadamente \$14.615.000/mes para cubrir sus costos.

13.3.3. Punto de Equilibrio

Punto de equilibrio mensual estimado:

Alrededor de 420 clientes mensuales, o 105 clientes por semana.

13.3.4. Flujo de Caja Proyectado

Proyección positiva desde el segundo mes post-apertura. Se espera acumulación de utilidades desde el mes 4, reinversión moderada en marketing y mejoras.

13.3.5. Indicadores de Rentabilidad

Para complementar el análisis de flujo de caja y punto de equilibrio, se calcularon los principales indicadores de rentabilidad del proyecto Esquina Bar, con el objetivo de evaluar su viabilidad financiera desde distintas perspectivas. Estos indicadores permiten establecer la eficiencia económica del negocio, su capacidad para generar valor y el tiempo requerido para recuperar la inversión inicial.

Los resultados obtenidos se resumen en la siguiente tabla:

Tabla 37

Indicadores clave de rentabilidad del proyecto Esquina Bar

Indicador	Valor estimado
Valor Actual Neto (VAN)	\$12.500.000
Tasa Interna de Retorno (TIR)	28%
Período de Recuperación (Payback)	Entre 13 y 15 meses
Retorno de Inversión (ROI a 5 años)	817,6%

Nota. Elaboración propia con base en el modelo financiero proyectado (2025).

El Valor Actual Neto (VAN) positivo demuestra que el proyecto genera un excedente por encima del capital invertido, lo cual justifica la inversión inicial. La Tasa Interna de Retorno (TIR) del 28%

supera ampliamente la tasa mínima esperada (15%), lo que reafirma la rentabilidad del negocio. Por su parte, el periodo de recuperación estimado entre los meses 13 y 15 permite una rápida recuperación del capital, lo cual es crucial para un emprendimiento emergente. Finalmente, el Retorno de Inversión acumulado al año 5 (817,6%) evidencia el potencial del bar como generador de valor sostenido en el tiempo, gracias a su modelo basado en sostenibilidad, fidelización y eficiencia operativa.

13.4 Proyecciones Financieras a 3 Años

13.4.1. Supuestos Financieros para la Proyección

Tabla 38

Supuestos financieros para proyecciones a 3 años

Variable	Año 1	Año 2	Año 3
Crecimiento de ingresos anuales	Base	+15%	+20%
Aumento de costos operativos anuales	Base	+10%	+8%
Margen de utilidad neta estimado	18%	20%	22%
Reinversión de utilidades	10%	12%	15%

Nota. Elaboración propia basada en los lineamientos de escalamiento del negocio (2025).

Los supuestos reflejan una proyección de crecimiento progresivo, apoyada en una operación eficiente y estrategias de reinversión que permiten escalar gradualmente el impacto del proyecto.

13.4.2. Estado de Resultados Proyectado (2025 - 2027)

Tabla 39

Estado de resultados proyectado (2025–2027)

Concepto	Año 1 (\$)	Año 2 (\$)	Año 3 (\$)
Ingresos por ventas	180.000.000	207.000.000	248.400.000

Costos operativos totales	150.000.000	165.000.000	178.200.000
Utilidad operativa	30.000.000	42.000.000	70.200.000
Gastos financieros	5.000.000	4.000.000	3.000.000
Utilidad antes de impuestos	25.000.000	38.000.000	67.200.000
Impuestos estimados (20%)	5.000.000	7.600.000	13.440.000
Utilidad neta	20.000.000	30.400.000	53.760.000

Nota. Elaboración propia con base en los supuestos de escalamiento y estabilidad del mercado (2025–2027).

El estado de resultados refleja una rentabilidad creciente, resultado del control de costos, el aumento de la demanda y una estrategia de reinversión constante.

13.4.3. Flujo de Caja Proyectado (2025 - 2027)

Tabla 40

Flujo de caja proyectado (2025–2027)

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3
Utilidad neta	20.000.000	30.400.000	53.760.000
Depreciación estimada (no caja)	3.000.000	2.500.000	2.000.000
Reinversión de utilidades	-2.000.000	-3.648.000	-8.064.000
Pago de impuestos	-5.000.000	-7.600.000	-13.440.000
Variación de capital de trabajo	-1.500.000	-1.000.000	-2.000.000
Flujo de caja neto anual	14.500.000	20.652.000	32.256.000

Nota. Elaboración propia con base en el modelo financiero proyectado del negocio (2025–2027)

El flujo de caja proyectado muestra una liquidez positiva desde el primer año, con una mejora significativa a medida que se consolidan ingresos y se optimiza la reinversión.

13.4.4. Análisis e Interpretación

Las proyecciones financieras indican que Esquina Bar es un emprendimiento viable a mediano plazo. A partir del segundo año, el negocio muestra un crecimiento sostenido en sus ingresos y utilidades, con un margen neto creciente (del 18% al 22%) gracias al control de costos y al aumento progresivo en ventas. El flujo de caja es positivo y creciente, lo que permite realizar inversiones estratégicas sin necesidad de endeudamiento adicional.

La generación de excedentes anuales por encima de \$30 millones a partir del año 3 demuestra una capacidad real de sostenibilidad financiera y expansión futura. Estos resultados también permiten cubrir imprevistos, mejorar infraestructura o desarrollar nuevas líneas de negocio.

13.5 Análisis de Sensibilidad: Escenarios Financieros

Con el objetivo de evaluar la resiliencia del proyecto ante posibles fluctuaciones del mercado, se diseñaron tres escenarios financieros para el primer año de operación del bar: optimista, realista (base) y pesimista. Estos escenarios consideran variaciones en los ingresos por ventas y en los costos operativos variables, mientras se mantienen constantes los costos fijos.

Los supuestos de cada escenario se detallan a continuación:

- Escenario optimista: incremento del 20% en las ventas, aumento del 5% en los costos variables, costos fijos estables y margen neto del 20%.
- Escenario realista (base): proyecciones sin variaciones, con margen neto del 18%.
- Escenario pesimista: caída del 25% en las ventas, aumento del 15% en costos variables, costos fijos estables y margen neto del 10%.

Los resultados proyectados para cada escenario se resumen en la siguiente tabla::

Tabla 41

Proyección de utilidad neta según escenario financiero (Año 1)

Escenario	Ingresos estimados	Costos estimados	Utilidad neta estimada
Optimista	\$216.000.000	\$160.000.000	\$43.200.000
Realista	\$180.000.000	\$150.000.000	\$20.000.000
Pesimista	\$135.000.000	\$153.000.000	\$13.500.000

Nota. Elaboración propia con base en simulaciones financieras del proyecto Esquina Bar (2025).

- En el escenario optimista, un incremento en las ventas y un control efectivo de los costos permiten alcanzar una utilidad neta superior a los \$43 millones, lo que acelera significativamente el periodo de recuperación.
- En el escenario realista, se mantiene la utilidad estimada originalmente, validando la sostenibilidad operativa del modelo de negocio en condiciones normales.
- En el escenario pesimista, a pesar de una disminución en los ingresos y un incremento en los costos variables, el proyecto continúa siendo rentable, con una utilidad de \$13.5 millones, lo que refleja una base financiera resiliente incluso en contextos adversos.

13.5.1. Proyección de Utilidad Neta según Escenario (Año 1)

Para comprender el impacto financiero de distintos contextos de mercado, se presenta a continuación una comparación de la utilidad neta proyectada bajo tres escenarios: optimista, realista (base) y pesimista. Esta proyección permite al emprendedor anticipar la capacidad de adaptación financiera del negocio ante cambios en las ventas o en los costos operativos.

Tabla 42

Proyección de utilidad neta según escenario financiero (Año 1)

Escenario	Ingresos estimados	Costos estimados	Utilidad neta
Optimista	\$216.000.000	\$160.000.000	\$43.200.000
Realista (Base)	\$180.000.000	\$150.000.000	\$20.000.000
Pesimista	\$135.000.000	\$153.000.000	\$13.500.000

Nota. Elaboración propia con base en los supuestos de variación de ingresos y costos operativos del proyecto Esquina Bar (2025).

La utilidad neta proyectada varía significativamente según el escenario. En el escenario optimista, el bar podría alcanzar hasta \$43.2 millones de utilidad, lo que aceleraría la recuperación del capital invertido. En el escenario realista, se confirman las proyecciones originales con una utilidad de \$20 millones, manteniéndose la sostenibilidad del negocio. Finalmente, en el escenario pesimista, pese a una caída del 25% en ingresos y un aumento en costos variables, el negocio sigue siendo rentable, con \$13.5 millones de utilidad neta, lo que evidencia una estructura financiera resiliente incluso en condiciones adversas.

13.5.2. Interpretación del Análisis de Escenarios

En el escenario optimista, si las ventas superan las expectativas y se mantiene control sobre los costos, el bar puede alcanzar una utilidad neta de hasta \$43.2 millones, lo cual representa una oportunidad para acelerar la recuperación de la inversión.

En el escenario realista, se mantiene una utilidad de \$20 millones, como ya está proyectado, lo que confirma la viabilidad operativa del negocio bajo condiciones normales.

En el escenario pesimista, aun con una caída del 25% en ventas y un aumento del 15% en costos variables, el negocio sigue siendo rentable, aunque con una utilidad reducida a \$13.5 millones. Esto evidencia una resiliencia financiera básica incluso ante condiciones adversas.

13.6 Estrategia de Financiación y Cronograma de Desembolsos

Para garantizar la viabilidad del proyecto Esquina Bar, se propone una estrategia de financiación diversificada, que combina capital propio, apoyo institucional y financiamiento externo. Esta combinación busca reducir el riesgo financiero, asegurar liquidez en cada fase crítica y optimizar la estructura de capital del emprendimiento.

13.6.1. Fuentes de Financiación Propuestas

Tabla 43

Fuentes de financiación para la implementación del bar Esquina Bar

Fuente	Descripción	Valor estimado (% del total
Capital propio del emprendedor	Aportes personales provenientes de ahorros y cesantías	\$50.000.000	23%
Fondo Emprender / Convocatoria pública	Postulación a capital semilla condonable para innovación sostenible	\$80.000.000	37%
Préstamo bancario (línea emprendimiento)	Crédito con tasa preferencial a 3 años	\$50.000.000	23%
Apoyo de inversionista ángel (privado)	Acuerdo de inversión con socio estratégico a cambio de participación del 10%	\$37.500.000	17%
Total Financiación Proyecto		\$217.500.000	100%

Nota. Elaboración propia (2025), basado en alternativas reales de financiación disponibles en Colombia para emprendimientos sostenibles.

La mayor parte de la financiación proviene de capital semilla institucional (Fondo Emprender), lo que reduce la carga de deuda. La diversificación de fuentes ofrece flexibilidad operativa y una mayor estabilidad frente a contingencias económicas.

13.6.2. Cronograma de Desembolsos por Fase

Para garantizar el flujo de caja necesario en cada etapa del proyecto, se estructuró el siguiente cronograma de desembolsos:

Tabla 44

Desembolsos proyectados por fase de implementación

Fase	Periodo estimado	Monto desembolsar	Fuente principal
Fase 1 – Pre Operativa	Mes 1 – Mes 3	\$67.500.000	Capital propio + Fondo Emprender
Fase 2 – Operación inicial	Mes 4 – Mes 6	\$70.000.000	Préstamo bancario + Fondo Emprender
Fase 3 – Consolidación y expansión	Mes 7 – Mes 12	\$80.000.000	Inversión privada + Reutilización de ingresos

Nota. Elaboración propia con base en el plan financiero de Esquina Bar (2025).

El cronograma permite una gestión progresiva del capital, evitando la concentración de gastos y permitiendo ajustes entre fases según el desempeño inicial del bar. La reutilización de ingresos en la tercera fase refleja una lógica de autofinanciamiento que fortalece la sostenibilidad del modelo.

14. Referencias Bibliográficas

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital marketing (7th ed.). Pearson Education.

Combo HR. (s.f.). Sostenibilidad empresarial: Beneficios para pymes.

<https://combohr.com/sostenibilidad-pymes/>

Creswell, J. W. (2014). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th ed.). SAGE Publications.

Diageo Bar Academy. (2024). Tendencias sostenibles en la industria de bares.

<https://www.diageobaracademy.com/es/>

Elkington, J. (1997). Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business. Capstone Publishing.

Exclusivas Miró. (2024). Tendencias en coctelería ecológica para 2025.

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

Fair Trade International. (s.f.). ¿Qué es el comercio justo?. <https://www.fairtrade.net/>

First Green. (s.f.). Guía para bares sostenibles. <https://www.firstgreen.org/>

Fog, K., Budtz, C., & Yakaboylu, B. (2005). Storytelling: Branding in practice. Springer.

Freberg, K., Graham, K., McGaughey, K., & Freberg, L. A. (2011). Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality. Public Relations Review, 37(1), 90–92.

<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2010.11.001>

Google. (2024). Guía de Google Analytics para pequeñas empresas. <https://analytics.google.com/>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6.ª ed.). McGraw-Hill.

International Organization for Standardization. (2015). ISO 14001:2015 – Environmental management systems: Requirements with guidance for use. ISO.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). Marketing 4.0: Moving from traditional to digital. Wiley.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2020). Lineamientos de sostenibilidad para bares y restaurantes en Colombia. Gobierno de Colombia.

Nei, A. (2024). Tendencias de TikTok en el sector gastronómico. Revista Social Digital, 12(2), 44–49.

Sillasmesas. (2019). Tendencias en innovación para bares sostenibles.

<https://www.sillasmesas.es/blog/tendencias-en-bares-sostenibles/>