

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE TIPO BUFFET  
DE COMIDA AL PESO EN EL MUNICIPIO DE BARRANCABERMEJA**

**SANDRA DI-BELLO ORTEGA  
GLORIA EDY PLATA FORERO**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
BUCARAMANGA  
2012**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE TIPO BUFFET  
DE COMIDA AL PESO EN EL MUNICIPIO DE BARRANCABERMEJA**

**SANDRA DI-BELLO ORTEGA  
GLORIA EDY PLATA FORERO**

**Proyecto de Grado para obtener el título en  
Profesional Gestión Empresarial**

**Directora  
MIRIAM GÓMEZ RODRÍGUEZ  
Economista**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
BUCARAMANGA  
2012**

## **AGRADECIMIENTOS**

Las autoras expresan sus agradecimientos a:

Miriam Gómez Rodríguez, directora del proyecto, por sus valiosas orientaciones y exigencias en la elaboración de este proyecto.

Margarita Rodríguez Villabona, Ingeniera, Coordinadora del Programa de Gestión Empresarial de por su valiosa ayuda y comprensión para terminar el proceso final del ciclo profesional y entrega del proyecto como requisito para cumplir con lo establecido en el programa.

Los Catedráticos del programa Gestión Empresarial y de la Universidad Industrial de Santander.

Los compañeros de semestre, por su agradable compañía y camaradería en el desarrollo de las actividades académicas a lo largo de la carrera.

## CONTENIDO

Pág.

INTRODUCCIÓN .....	16
1. GENERALIDADES .....	18
1.1 ANTECEDENTES DE LOS RESTAURANTES.....	18
1.1.1 Definición de restaurante. ....	18
1.1.2 Origen de los Restaurantes. ....	18
1.1.3 Restaurante de comida por kilo .....	19
1.2 DIAGNÓSTICO DEL SECTOR .....	20
1.2.1 Evolución y tendencias del sector de restaurantes .....	20
1.2.2 Tendencias de restaurantes de comida por peso. ....	21
1.2.3 Restaurantes de comida por peso con presencia internacional.....	22
1.2.3.1 Restaurante de comida por peso Siqueira Grill en Río de Janeiro Brasil ..	22
1.2.3.2 Restaurante de comida por peso en Venezuela. ....	23
1.2.3.3 Cobro en los restaurantes de comida por peso o kilo .....	26
1.2.4 Panorama Nacional en el sector de restaurantes .....	27
1.2.5 Panorama Local.....	27
1.2.6 Tipos de Establecimientos .....	31
1.3 CONTEXTO GEOGRÁFICO.....	32
1.4 ASPECTOS LEGALES .....	35
2. ESTUDIO DE MERCADOS .....	38
2.1 OBJETIVOS.....	38
2.1.1 General .....	38
2.1.2 Específicos.....	38
2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO .....	39
2.2.1 Definición, usos y especificaciones del servicio .....	39
2.2.2 Productos sustitutos.....	40
2.2.3 Productos complementarios.....	40
2.2.4 Atributos diferenciadores del producto / servicio con respecto a la competencia.....	40
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO .....	40
2.3.1 Mercado Potencial.....	40
2.3.2 Mercado objetivo.....	41
2.4 LA DEMANDA.....	41
2.4.1 Investigación de Mercados .....	41
2.4.1.1 Planteamiento del problema .....	41
2.4.1.2 Necesidades de información .....	41
2.4.1.3 Ficha técnica.....	42
2.4.1.4 Cálculo del tamaño de la muestra.....	43
2.4.1.5 Tabulación presentación y análisis de resultados.....	44
2.4.1.6 Conclusiones de la investigación de mercados .....	59
2.4.2 Estimación de la demanda.....	60
2.4.3 Evolución histórica de la demanda del producto.....	61
2.4.4 Proyección de la demanda.....	61

2.5 LA OFERTA.....	61
2.5.1 Análisis de la situación actual de la competencia .....	61
2.5.2 Proyección de la oferta .....	61
2.6 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA.....	62
2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN .....	62
2.7.1 Estructura de los canales actuales .....	62
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales .....	62
2.7.3 Selección de los canales de comercialización. ....	63
2.8 PRECIOS.....	63
2.8.1 Análisis de precios .....	64
2.8.2 Estrategias de fijación de precios .....	64
2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.....	64
2.9.1 Objetivos.....	64
2.9.2 Logotipo. ....	65
2.9.3 Lema.....	65
2.9.4 Análisis de medios .....	66
2.9.5 Selección de medios.....	67
2.9.6 Estrategias publicitarias .....	67
2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción .....	68
2.9.7.1 Presupuesto de lanzamiento.....	68
2.9.7.2 Presupuesto de Operación. ....	69
2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO.....	69
3. ESTUDIO TÉCNICO.....	71
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	71
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.....	71
3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto. ....	71
3.1.2.1 La demanda. ....	71
3.1.2.2 La disponibilidad de insumos. ....	71
3.1.2.3 Recurso humano.....	71
3.1.2.4 Disponibilidad de tecnología y equipos. ....	71
3.1.2.5 Localización. ....	71
3.1.2.6 Financiamiento.....	72
3.1.3 Capacidad del proyecto.....	72
3.1.3.1 Capacidad diseñada. ....	72
3.1.3.2 Capacidad instalada.....	73
3.1.3.3 Capacidad utilizada.....	73
3.2 LOCALIZACIÓN.....	74
3.2.1 Macrolocalización. ....	74
3.2.2 Microlocalización.....	74
3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO .....	76
3.3.1 Ficha técnica del servicio.....	76
3.3.2 Descripción técnica del proceso. ....	76
3.3.2.1 La preparación de los alimentos. ....	76
3.3.2.2 El proceso para la venta en el restaurante.....	77
3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento.....	77

3.3.4 Control de calidad.....	78
3.3.5 Recursos.....	83
3.3.5.1 Recurso humano.....	83
3.3.5.2 Recurso físico.....	84
3.3.5.3 Recursos de insumos.....	87
3.3.6 Estudio de proveedores.....	87
3.3.7 Distribución de planta.....	88
3.3.8 Logística de Distribución.....	88
3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO ...	88
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL.....	90
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN.....	90
4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.....	91
4.2.1 Visión.....	92
4.2.2 Misión.....	92
4.2.3 Objetivos.....	92
4.2.4 Políticas.....	92
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	94
4.3.1 Organigrama de la empresa.....	94
4.3.2 Descripción y perfil de cargos.....	94
4.3.3 Estructura salarial.....	113
4.4 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	114
5. ESTUDIO FINANCIERO.....	115
5.1 INVERSIONES.....	115
5.1.1 Inversión fija.....	115
5.1.2 Inversión diferida.....	117
5.1.3 Inversión de capital de trabajo.....	118
5.1.4 Inversión total del proyecto.....	124
5.1.5 Fuentes de financiación.....	124
5.1.6 Balance inicial momento cero.....	126
5.2 COSTOS.....	127
5.2.1 Costos fijos.....	127
5.2.2 Costos variables.....	127
5.2.3 Costos totales.....	128
5.2.4 Precio de venta.....	128
5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS.....	129
5.3.1 Egresos del proyecto.....	129
5.3.2 Ingresos del proyecto.....	129
5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	130
5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO.....	131
5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	131
5.7 BALANCE GENERAL (PRIMER AÑO).....	132
5.8 CÁLCULO DE LAS RAZONES FINANCIERAS.....	133
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	134
6.1 ASPECTOS SOCIALES.....	134
6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL.....	134

6.2.1 Mejoras en el proceso de transformación del producto. ....	135
6.2.1.1 Plan de Manejo de Residuos Sólidos. ....	136
6.2.1.2 Posible generación de residuos sólidos en el restaurante Tipo Buffet con comida por kilo. ....	138
6.2.1.3 Manejo y disposición de los residuos sólidos. ....	138
6.2.2 Reducción en el Origen. ....	139
6.2.2.1 Zona Operativa. ....	139
6.2.2.2 Zona de Oficina. ....	139
6.2.3 Utilización de canecas, teniendo en cuenta los siguientes aspectos .....	140
6.2.4 Plan de Manejo de la Energía. ....	140
6.2.5 Plan de Manejo del Agua. ....	142
6.2.6 Manejo de las aguas residuales y del drenaje con materias grasas. ....	143
6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO .....	143
6.3.1 Valor Presente Neto VPN. ....	143
6.3.2 Tasa interna de retorno TIR. ....	144
6.3.3 Período de recuperación. ....	145
7. CONCLUSIONES .....	146
8. RECOMENDACIONES .....	148
BIBLIOGRAFÍA .....	149
WEBGRAFIA .....	150
ANEXOS .....	152

## LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Actividades de Servicios en Barrancabermeja. ....	29
Cuadro 2. Menús propuestos para restaurante de comida al peso.....	39
Cuadro 3. Ficha técnica. ....	42
Cuadro 4. Personas que toman alimentación fuera de casa. ....	44
Cuadro 5. Número de personas que toman alimentación fuera de casa. ....	45
Cuadro 6. Días de la semana que se alimentan por fuera.....	46
Cuadro 7. Presupuesto invertido en cada comida. ....	47
Cuadro 8. Sitios que frecuenta para tomar alimentación. ....	48
Cuadro 9. Concepto sitio donde toma alimentación.....	49
Cuadro 10. Aspecto determinante para escoger restaurante. ....	50
Cuadro 11. Conocimiento de restaurante de comida por peso.....	51
Cuadro 12. Consumo en un restaurante de comida por peso. ....	52
Cuadro 13. Alimentos a comprar. ....	53
Cuadro 14. Sugerencias. ....	54
Cuadro 15. Días del mes para asistir al nuevo restaurante. ....	55
Cuadro 16. Personas con las que asistiría al nuevo restaurante. ....	56
Cuadro 17. Opinión sobre ubicación del restaurante. ....	57
Cuadro 18. Horario sugerido para el restaurante.....	58
Cuadro 19. Publicidad para el conocimiento del restaurante.....	59
Cuadro 20. Estimación de la demanda. ....	60
Cuadro 21. Proyección de la demanda anual. ....	61
Cuadro 22. Precio de servicios de comida en Barrancabermeja. ....	64
Cuadro 23. Precios en otras ciudades del servicio de comida por peso.....	64
Cuadro 24. Presupuesto publicidad de lanzamiento.....	68
Cuadro 25. Presupuesto publicidad de Operación.....	69
Cuadro 26. Capacidad del proyecto (personas a atender por año). ....	73
Cuadro 27. Evaluación de la ubicación según el método de puntos.....	75
Cuadro 28. Ficha técnica del servicio. ....	76
Cuadro 29. Diagrama de operación, proceso y procedimiento. ....	77
Cuadro 30. Diagrama del proceso de venta. ....	78
Cuadro 31. Mano de obra del proyecto.....	83
Cuadro 32. Maquinaria y equipo. ....	84
Cuadro 33. Muebles y enseres de producción.....	85
Cuadro 34. Muebles y enseres de oficina. ....	86
Cuadro 34. Muebles y enseres de oficina. ....	86
Cuadro 35. Equipo de oficina.....	86
Cuadro 36. Proveedores materia prima e insumos.....	87
Cuadro 37. Manual de funciones del Gerente.....	95
Cuadro 65. Inversión total del proyecto. ....	124
Cuadro 66. Fuentes de Financiación. ....	124
Cuadro 67. Amortización crédito.....	125
Cuadro 68. Balance inicial momento cero. (Pesos constantes).....	127
Cuadro 69. Clasificación de los costos fijos del servicio. ....	127

Cuadro 70. Costos variables.....	128
Cuadro 71. Clasificación de los costos .....	128
Cuadro 72. Egresos proyectados. (Pesos constantes).....	129
Cuadro73. Ingresos proyectados. (Pesos constantes). .....	130
Cuadro 74. Flujo de caja.....	131
Cuadro 75. Estado de resultados.....	131
Cuadro 76. Balance general consolidado. ....	132
Cuadro 77. Razones Financieras.....	133
Cuadro 78. Cálculo de la tasa de oportunidad del mercado .....	144
Cuadro 79. Valor presente neto y tasa interna de retorno. ....	144
Cuadro 80. Período de recuperación. ....	145

## LISTA DE GRÁFICOS

	pág.
Gráfica 1. Restaurante por peso Siqueira Grill.....	23
Gráfica 2. Establecimientos que ofrecen Servicios en Barrancabermeja.....	29
Gráfica 3. Actividades de Servicios en Barrancabermeja. ....	30
Gráfica 4. Croquis de Barrancabermeja.....	32
Gráfica 5. Personas que toman alimentación fuera de casa.....	44
Gráfica 6. Número de personas que toman alimentación fuera de casa. ....	45
Gráfica 7. Días de la semana que se alimentan por fuera. ....	46
Gráfica 8. Presupuesto invertido en cada comida.....	47
Gráfica 9. Sitios que frecuenta para tomar alimentación ....	48
Gráfica 10. Concepto sitio donde toma alimentación.....	49
Gráfica 11. Aspecto determinante para escoger restaurante.....	50
Gráfica 12. Conocimiento de restaurante de comida por peso. ....	51
Gráfica 13. Consumo en un restaurante de comida por peso.....	52
Gráfica 14. Sugerencias. ....	54
Gráfica 15. Días del mes para asistir al nuevo restaurante. ....	55
Gráfica 16. Personas con las que asistiría al nuevo restaurante. ....	56
Gráfica 17. Opinión sobre ubicación del restaurante. ....	57
Gráfica 18. Horario sugerido para el restaurante.....	58
Gráfica 19. Publicidad para el conocimiento del restaurante.....	59
Gráfica 20. Canal de comercialización.....	63
Gráfica 21. Logotipo de restaurante KILO GOURMET: .....	65
Gráfica 22. Convenciones del diagrama de flujo.....	78
Gráfica 23. Estructura organizacional de Kilo Gourmet Ltda. ....	94
Cuadro 38. Manual de funciones de la Secretaria. ....	97
Cuadro 39. Manual de funciones del Auxiliar de Servicios Varios. ....	99
Cuadro 40. Manual de funciones del Jefe de Cocina.....	101
Cuadro 41. Manual de funciones de Auxiliar de cocina ....	103
Cuadro 42. Manual de funciones de Cajera.....	105
Cuadro 43. Manual de funciones de Asistente de báscula. ....	107
Cuadro 44. Manual de funciones del Contador.....	108
Cuadro 45. Manual de funciones del Celador.....	111
Cuadro 46. Estructura salarial de Kilo Gourmet Ltda.....	113
Gráfica 24. Punto de Equilibrio de la empresa en su primer año.....	130
Gráfica 25. Posibles residuos del restaurante. ....	137
Gráfica 26. Modelo de contenedores de residuos sólidos. ....	139
Gráfica 27. Griferías ambientales. ....	143

## LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Cuestionario Dirigido A La Demanda .....	153
Anexo B Croquis De La Macrolocalización .....	155
Anexo C Croquis De La Microlocalización .....	156
Anexo D Distribución De Planta Física .....	157
Anexo E Cotizaciones Varias.....	158
Anexo F. Presupuesto De Adecuaciones Locativas .....	163

## RESUMEN

**TÍTULO:** FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE TIPO BUFFET DE COMIDA AL PESO EN EL MUNICIPIO DE BARRANCABERMEJA.\*

**AUTORAS** DI-BELLO ORTEGA, Sandra.  
PLATA FORERO, Gloria Edy.\*\*

**PALABRAS CLAVES:** Comida, peso, kilo, restaurante, materia prima

### DESCRIPCIÓN

El presente proyecto corresponde al estudio de factibilidad de ventas de comida por peso en la ciudad de Barrancabermeja, en el cual se tendrá a disposición el estilo buffet donde el cliente se sirva lo que desee y de acuerdo a su gusto y escogencia paga lo que pesa según la cantidad dispuesta en la bandeja.

Para el desarrollo de este proyecto se realiza una investigación exploratoria descriptiva utilizando el método inductivo, de la cual se pudo conocer el deseo de la población encuestada de tomar el consumo de alimentos por peso prevaleciendo el gusto por las ensaladas, carnes asadas, carbohidratos cocidos, bebidas y postres, resaltándose el buen servicio, variedad y precio.

Se realizan de forma posterior a la investigación de mercados los estudios técnico, instalando una capacidad para la atención de 105 a 135 personas diarias permitiendo conocer que tantos recursos físicos, humanos, técnicos y proveedores los cuales son asequibles para la puesta en marcha del negocio, se analiza la estructura administrativa, donde se establece la empresa como sociedad limitada; financieramente la proyecto requiere de una inversión de \$177.000.000, genera un VPN de \$142.123.867, una TIR de 28.07%, un período de recuperación de tres años, mostrando que viable, no genera impacto ambiental negativo y contribuye a una mejor economía empresarial y laboral por la generación de nuevos empleos.

---

\* Trabajo de Grado

\*\* Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial, Directora: GÓMEZ RODRÍGUEZ, Miriam.

## ABSTRACT

**TITLE:** RESTAURANT TYPE BUFFET OF FOOD TO THE WEIGHT IN THE MUNICIPALITY OF BARRANCABERMEJA\*

**AUTHORS** DI-BELLO ORTEGA, Sandra.  
PLATA FORERO, Gloria Edy.\*\*

**KEYWORDS** Food, Weight, Kilo, Restaurant, Raw Material

### DESCRIPTION

The present project corresponds to the study of feasibility of sales of food for weight in Barrancabermeja's city, in which the style will be had to disposition buffet where the client serves himself what he wishes and in agreement to his taste and pays what weighs according to the quantity arranged in the tray.

For the development of this project there is realized an exploratory descriptive investigation using the inductive method, of which it was possible to know the desire of the population polled of taking the food consumption as a weight prevailing the taste for the salads, roast meats, cooked carbohydrates, drinks and desserts, there being highlighted the good service, variety and price.

The studies are realized of form later to the investigation of markets technician, installing a capacity for the attention from 105 to 135 daily persons allowing to know that so many physical, human, technical resources and suppliers which are attainable for the putting in march of the business, the administrative structure is analyzed, where the company is established as limited company; financially I project it it needs of an investment of \$177.000.000 , generates a VPN of \$142.123.867 \$, one TIR of 28.07 %, a period of recovery of three years, showing that viable, it does not generate environmental negative impact and contributes to a better managerial and labor economy for the generation of new employments.

---

\* Project of Grade.

\*\* Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial, Directora: GÓMEZ RODRÍGUEZ, Miriam.

## INTRODUCCIÓN

Es la alimentación una de las necesidades básicas a satisfacer en el ser humano y a la cual se le da mayor atención, más aún en tiempos modernos donde la vida laboral se presenta con mayor fuerza en los hogares para varios miembros de los hogares conformados y se requiere el consumo de alimentos fuera de casa, a tiempo, a gusto y en la cantidad deseada, por lo cual surge la idea de manejar una nueva modalidad de ventas de comida por peso estilo buffet donde la necesidad se satisfaga y se pague solo el consumo.

De allí, que el objetivo del presente proyecto es analizar la factibilidad para la ciudad de Barrancabermeja de esta nueva alternativa que ya ha sido exitosa en países como Brasil, Venezuela y en algunas ciudades de Colombia.

Para este proyecto en lo referente al estudio de mercados se parte de una metodología, donde se realiza una investigación exploratoria descriptiva para identificar el consumo, oferta, y actitudes de compra de la población investigada, al igual que los precios características, y la forma ideal de darla a conocer con logotipo, lema y publicidad tanto preoperativa como de funcionamiento.

Para la recolección de la información secundaria se hizo una revisión bibliográfica de textos y sitios en la web, así como la consulta en videos de la prestación del servicio que dan a conocer la filosofía de que se consume sólo lo que se quiere y se paga lo que este plato pese, sin lugar a desperdicios.

La información primaria se obtuvo con la aplicación del instrumento de la encuesta a los hogares de los estratos 3, 4 y 5, a través de un muestreo estratificado, donde se determina como muestra 375 cuestionarios a aplicar.

En cuanto al estudio técnico se establece la capacidad de preparación de alimentos y ventas, con base a los recursos financieros, físicos y humanos, así como la determinación del proceso en la prestación del servicio, la evaluación para la ubicación de la empresa, para una correcta distribución en planta y posibles proveedores.

Para el estudio administrativo y legal se presenta en detalle el tipo de empresa a crear, los procedimientos en el establecimiento de la empresa, los manuales de funciones, el organigrama y la asignación salarial para la mano de obra del proyecto.

En el estudio financiero se analizan los resultados del trabajo de campo, los requerimientos técnicos, administrativos y se establece el estudio económico donde se puede conocer los egresos, ingresos y utilidad con la finalidad de conocer la viabilidad económica, social y ambiental; la cual permite tomar una decisión sobre la inversión o no en el negocio.

Una vez realizados los estudios que competen a la factibilidad se instauran los parámetros que permiten avanzar en la decisión de la puesta en marcha de un restaurante de comida por peso en la búsqueda de lograr penetrar y posicionarlo en el mercado, por lo cual con la investigación realizada se encuentra sin limitaciones y son estos los resultados que se presentan a lo largo del presente documento.

## 1. GENERALIDADES

### 1.1 ANTECEDENTES DE LOS RESTAURANTES

**1.1.1 Definición de restaurante.** Un establecimiento donde se sirven alimentos y bebidas. Los llamados como tal, funcionan generalmente en las horas de almuerzo y cena, mientras que los que se especializan en el servicio del desayuno se les califica como cafeterías<sup>1</sup>.

Los precios de los alimentos son de acuerdo a la categoría del establecimiento, que varía según el lugar donde se halle situado, la comodidad de sus instalaciones y la calidad de su servicio<sup>2</sup>.

Existen una serie de categorías intermedias, desde la más modesta fonda que sirve un menú, o sea, una serie de alimentos únicos por un precio fijo y en mesas comunes, hasta el más lujoso restaurante a la carta, donde el cliente elige su menú y paga de acuerdo con el servicio y la calidad de los platos que consume<sup>3</sup>.

El clásico restaurante está atendido por un equipo de mozos o camareros, a las ordenes de un Maitre, que es el oficial o jefe. Este recibe a los clientes, está atento a todo lo que pasa en las mesas, dirige el servicio y en ocasiones especiales sirve él mismo. A diferencia de éste restaurante veremos más adelante las diferentes modalidades y categorías<sup>4</sup>.

**1.1.2 Origen de los Restaurantes.** En la antigüedad, las iglesias y los monasterios tenían por costumbres albergar los viajeros y alimentarlos aceptando algunas donaciones a cambio. Esta situación fue aprovechada por comerciantes de la época para crear establecimientos especializados en la venta de comidas y bebidas<sup>5</sup>.

En Egipto también durante ese mismo período existían las posadas, donde se ofrecían habitaciones y comidas a los viajeros que se detenían con sus caravanas. A principio de la época moderna en el año 1658, se introdujeron los carruajes en Inglaterra, impulsando este desarrollo de la transportación el auge de las posadas y tabernas<sup>6</sup>.

---

<sup>1</sup> MONOGRAFÍAS.COM S.A. Origen y evolución del servicio de alimentos y bebidas. Recuperado noviembre 15 de 2010. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos63/origen-servicio-alimentos-bebidas/origen-servicio-alimentos-bebidas.shtml>

<sup>2</sup> Ibíd.

<sup>3</sup> Ibídem

<sup>4</sup> Ibíd.

<sup>5</sup> Ibíd.

<sup>6</sup> STAR MEDIA. Restaurantes. Recuperado noviembre 16 de 2010. Disponible en: <http://html.RincónDelVago.com/restaurantes.html>

El término “RESTAURANTE” es de origen francés, y fue utilizado por primera vez en París, al designar con este nombre un establecimiento fundado alrededor de 1765, en el que se servían bebidas y comidas peor como algo distinto a las posadas, tabernas y casas de comida. Su éxito fue inmediato y numerosos restaurantes fueron abiertos. Eran atendidos por camareros y mayordomos que habían abandonado sus empleos. Después de la revolución Francesa en 1789, la aristocracia arruinada, no pudo mantener su numerosa servidumbre, y muchos sirvientes desocupados fundaron o se incorporaron a éste nuevo tipo de casa de comidas que surgía en gran número<sup>7</sup>.

Esta conocida y famosa palabra, Restaurante, que hoy en día es tan común y usada, proviene del francés “restaurants” que tiene como significado “restaurativo”, esto es referido a la comida que se ofrecía en esa época, por ejemplo un caldo de carne, que resultaba ser restaurativo. Asimismo, un dato no menos relevante es que el primer restaurant en Francia se fundó en el año 1765, y en Londres recién sucedió este hecho en el año 1873<sup>8</sup>.

En otros países, el restaurante, tal como lo conocemos hoy, data de las últimas décadas del siglo XIX, cuando pequeños establecimientos, con éste nombre comenzaron a competir con los hoteles ofreciendo abundantes comidas, elegantemente servidas y a precios razonables. En Londres el primer restaurante se abrió en 1873<sup>9</sup>.

**1.1.3 Restaurante de comida por kilo.** Un restaurante de comida por kilo sirve comidas variadas en el estilo self-service y cobra de acuerdo con el peso en Kilogramos consumido en cada plato.

Tal tipo de restaurante es común en regiones de concentración comercial y de oficinas de los grandes centros urbanos.

A mediados de la década de 1980 eran pocas las opciones para quienes necesitaba almorzar fuera de casa. Las alternativas se restringían a restaurantes con servicio a la carta, o pequeños establecimientos comerciales que ofrecían el plato hecho. Todas estas alternativas dejaban a desear, principalmente por el precio, alto, higiene o tardanza en la atención.

El escenario comenzó a cambiar con el surgimiento de los restaurantes self-service a precio único - buffet libre - y después por pesagem.

---

<sup>7</sup> Ibíd.

<sup>8</sup> Ibíd

<sup>9</sup> Ibídem

Esas opciones permitieron al consumidor escoger entre varios platos de ensaladas, carnes y masas, pagando sólo por el consumo. Se han ido esparciendo por diversos países ganando la preferencia del grande público.

A finales de los años 90, los restaurantes de comida por kilo fueron también introducidos en Portugal, por influencia brasileña. Son también conocidos por restaurantes de comida al peso. Existen algunas cadenas de restaurantes especializadas en este tipo de comidas, encontrándose principalmente en centros comerciales. Normalmente, sirven churrasco de carnes de inspiración brasileña, más allá de platos portugueses y platos de la culinaria brasileña<sup>10</sup>.

## **1.2 DIAGNÓSTICO DEL SECTOR**

**1.2.1 Evolución y tendencias del sector de restaurantes.** El negocio comercial de los restaurantes a nivel mundial, prosperó después de la segunda guerra mundial, ya que muchas personas con posibilidades económicas adquirieron el hábito de comer fuera de sus casas.

Existen varios aspectos en el estilo de vida que han influido en los nuevos hábitos y que favorecen el desarrollo del negocio de los restaurantes; por ejemplo, la gran cantidad de mujeres que trabajan fuera de casa. El comer fuera está íntimamente ligado a la disponibilidad económica y por lo tanto, al incrementarse esta, aumentan las ventas en los restaurantes. Las comidas y las bebidas consumidas fuera de casa representan aproximadamente un 5% de la renta disponible de los consumidores. Este porcentaje se mantiene prácticamente constante.

A finales de los años setenta, más de la mitad de las familias de Estados Unidos estaban compuestas por solo una o dos personas. Las razones de este bajo número eran la disminución del índice de natalidad, la tendencia de la juventud a posponer matrimonio, la frecuencia y la facilidad del divorcio y el deseo de vivir solos tanto de las parejas muy jóvenes como de las de avanzada edad. El número de integrantes de los grupos familiares se ha reducido de 4.8 personas en 1900 a 3.4 personas en 1950 y a 2.9 personas a finales de los años ochenta.

Que significa todo esto para el negocio de los restaurantes? Probablemente, los grupos familiares pequeños fomentan las salidas a comer porque constituyen no solo una experiencia alimentaria sino también social. Al igual que los hoteles los restaurantes disminuyen el número pero aumentan su capacidad.

En cuanto al personal empleado en el sector, aproximadamente el 29% de los trabajadores de la sector de restaurantes son camareros y camareras. Los cocineros y los chefs constituyen un 15% del total, los empleados de la barra, los

---

<sup>10</sup> WIKILINGUE BETA. 2010. Comida por kilo. Disponible en: [http://es.wikilingue.com/pt/Comida\\_por\\_Kilo](http://es.wikilingue.com/pt/Comida_por_Kilo).

barmans y el personal administrativo representan aproximadamente un 5% cada uno.

Los propietarios y los gerentes constituyen alrededor de un 20% del total del personal. Un informe de la Asociación Nacional de Restaurantes (NRA News) muestra que un tercio de los empleados del negocio de la alimentación eran estudiantes y el 50% universitarios. De este modo, el negocio de los restaurantes proporciona el primer trabajo a cientos de miles de jóvenes, la mayoría con el salario mínimo.

**1.2.2 Tendencias de restaurantes de comida por peso.** A simple vista, estos espacios parecen ser un self-service como cualquier otro, ya que el cliente tiene la posibilidad de utilizar su imaginación para servirse lo que desee. Durante el recorrido por los mesones repletos de comida variada, se puede escoger entre un lomito, una pechuga de pollo a la plancha y hasta una lasaña, pasando por una increíble variedad de contornos y ensaladas, elaboradas con todos los vegetales que pueda imaginar. Pero al llegar a la caja no pagará una tarifa preestablecida, como es usual en este tipo de establecimientos, porque el precio es calculado en función de los gramos de comida que va a consumir<sup>11</sup>.

Los expendios de comida por peso no son un concepto actual. Este tipo de lugar ha tenido bastante auge en Estados Unidos y en algunos países de Latinoamérica, como Brasil y Paraguay. Sus ventajas son muchas, desde no tener que esperar por la atención de los mesoneros —especialmente al momento de pagar la cuenta—, hasta poder escoger lo que quiere comer, en la cantidad que su apetito le sugiera, y no tener que cancelar pagos adicionales por el servicio prestado.

Pese a los numerosos atributos de los establecimientos de esta categoría, el mercado venezolano no estaba preparado para acogerlos, porque ir a comer a un restaurante implicaba una especie de ritual. En primer lugar el tiempo no era importante, pues se sabía que esta visita requería de mínimo dos horas; además, era preciso escuchar las sugerencias del maitre, para poder tomar una decisión acertada, y finalmente se llevaba a cabo una sobremesa, en la que los comensales conversaban mientras deleitaban un café o una bebida digestiva.

Aunque esa descripción parece venida de tiempos ancestrales, hasta hace pocos años fue la realidad de muchos. En la actualidad, la crisis económica y el ritmo de vida de la ciudad dificultan este tipo de costumbre; ya no es sólo cuestión de ahorrar el mayor dinero posible, sino también de aprovechar el poco tiempo del que se dispone para comer.

---

<sup>11</sup> HERRERA, María de los Angeles. 2010. EL UNIVERSAL.COM. Disponible en: <http://www.eluniversal.com/estampas/antiores/250704/encuentros3.shtml>.

### 1.2.3 Restaurantes de comida por peso con presencia internacional.

**1.2.3.1 Restaurante de comida por peso Siqueira Grill en Río de Janeiro Brasil.** Encontrado en la calle Siqueira, a metros de la avenida Atlántica, en Copacabana, cuenta con un sistema que es el de comida por peso (y muy popular en Brasil), las cantidades y variedades pueden ser definidas por el cliente.<sup>12</sup>

Claro que, ante tantos platos, era difícil escoger algunos. Una gran barra para ensaladas presentaba verduras crudas y cocidas, vegetales de hojas, aderezos prelistos e ingredientes para cocinar. Un sector con fiambres y quesos completaba la oferta, junto con ensaladas armadas como mayonesa de pescado, la clásica waldorf y combinaciones con aves<sup>13</sup>.

El sector de platos calientes daba dos opciones: la más visitada, un grill a la vista, donde uno selecciona su pieza de carne o pescado (el salmón rosado tan fresco, que lo hacía el preferido de los turistas), dignos cortes de vaca (seguro que dirán que la mejor carne es la de Argentina, pero aquí la propuesta estaba buena) y cerdo en diferentes presentaciones. La segunda opción era tomar algunos platos preparados, como camarones empanados y fritos (una delicia, ya vieron que los camarones en Brasil tienen el tamaño de los langostinos de aquí), cocido de salmón con salsa y hortalizas, bolinhos (albóndigas) de bacalao, por mencionar algunos. Ver figura 1.<sup>14</sup>

Las croquetas, frituras y bocados chicos también abundaban, así como también guarniciones clásicas como papas (fritas, hervidas, asadas) y mi favorita, la yuca o mandioca, utilizada casi como pan. Arroz y porotos cocidos de diversas maneras completaban las ofertas.

Es un excelente sitio para comer en Río, con gasto controlado (uno paga solamente lo que se sirve, y todo vale lo mismo por peso), y da la posibilidad de gustar varios platos en mínimas porciones.

Las instalaciones y distribución para el restaurante se hace a través de una barra de comidas, con vitrina de exhibición de alimentos, generalmente ubicada en la parte central del sitio y con disponibilidad de escogencia tipo buffet para la escogencia del cliente según su preferencia. Ver siguiente figura:

---

<sup>12</sup> CAPRILE, Claudia. 2010. Comida por peso en Río de Janeiro. Via gourmet.com. Disponible en: <http://www.viagourmet.com/experiencias/notas/comida-por-peso-en-rio-de-janeiro.html>

<sup>13</sup> Ibíd.

<sup>14</sup> Ibíd.

Gráfica 1. Restaurante por peso Siqueira Grill.



Fuente: CAPRILE, Claudia. 2010. Comida por peso en Río de Janeiro. Via gourmet.com. Disponible en: <http://www.viagourmet.com/experiencias/notas/comida-por-peso-en-rio-de-janeiro.html>

### 1.2.3.2 Restaurante de comida por peso en Venezuela.

- **Cadena Makro.** Hace dos años la cadena mayorista Makro comenzó a vender comida por peso en los diferentes restaurantes que están ubicados dentro de sus instalaciones. La propuesta es bastante provechosa para quienes visitan el local en busca de los productos que allí se pueden encontrar, o bien para aquellos que trabajan en las zonas aledañas<sup>15</sup>.

Actualmente, los establecimientos que utilizan esta modalidad en todo el país son doce, entre ellos Makro Puerto la Cruz, Valencia, Maracay, Maracaibo, Mérida, Charallave y Paraguaná; en Caracas sólo está presente en Makro La Urbina, aunque próximamente esperan extenderse al localizado en La Yaguara. A diferencia de sus competidores, el costo de los alimentos varía en función de su tipo. Si desea comer una presa de carne con dos contornos, el kilogramo tiene un precio de 14.000 bolívares; mientras que si sólo ordena varios tipos de carnes, de contornos o de ensaladas, los costos por kilo son de 22.000, 8.500 y 6.500 bolívares, respectivamente.

La comida que ofrecen es básicamente criolla: distintos cortes de carnes rojas, como solomo, lomito y churrasco; pechugas, milanesas y medallones de pollo; pescados variados, como merluza, mero, sierra y pargo; además de ensaladas y contornos, entre los que destacan las hallaquitas, la yuca y las papas fritas.

Ubicación: Makro: Avenida Rómulo Gallegos con Carretera Vieja Petare Guarenas, La Urbina. Teléfono: 0212-242.1811. [www.makro.com.ve](http://www.makro.com.ve)

---

<sup>15</sup> HERRERA, María de los Angeles. El Universal.com. Estampas. Recuperado noviembre 20 de 2010. Disponible: <http://www.eluniversal.com/estampas/anteriores/250704/encuentros3.shtml>

- **Cadena Angel Lozano.** Conocido por sus incursiones en radio, prensa y televisión, abrió hace año y medio la cadena Lozano Express. Empezó con un local en el Centro Comercial Plaza Las Américas, y al poco tiempo inauguró uno en el Centro Comercial El Recreo y otro en el Sambil. Aunque poseía experiencia en el ramo, nunca imaginó la receptividad que tendría este negocio, al punto de que tiene planes de una nueva apertura en el Centro Ciudad Comercial Tamanaco<sup>16</sup>.

Tanto para los que van de compras o de visita a los centros comerciales, como para aquellos que laboran en las cercanías, Lozano Express es una buena alternativa en medio de las ferias de comida rápida, siempre repletas de opciones que rara vez van más allá de hamburguesas, perros calientes, sándwiches y pizzas. Según su reputado chef, las fortalezas del establecimiento radican en la calidad y la esmerada presentación de los alimentos; además de la buena atención, debido a la gran mística de trabajo de los más de 120 empleados con los que cuenta. De igual forma, es importante el contacto directo con los comensales, porque son ellos quienes pueden dar consejos, tanto relativos al funcionamiento del negocio, como a la comida que debería ser incluida.

El menú de Lozano Express está compuesto por 85 platillos. Cada restaurante tiene un sistema de rotación propio, por lo que generalmente los alimentos que se venden en un mismo día, dentro de los diferentes locales, no son iguales. Sin embargo, hay algunas cosas que no pueden ser eliminadas debido a la elevada demanda, entre ellas el atún en salsa agridulce, el pasticho, el pollo a la plancha y el bistec caraqueño. El costo por kilogramo es de 16.000 bolívares; así mismo, cuenta con una completa selección de postres, entre los que resalta la natilla catalana.

Aunque Lozano y sus socios no están reacios a la idea de franquiciar el local, piensa que es indispensable que los interesados tengan experiencia y que trabajen en conjunto con él, puesto que este tipo de negocio es difícil de llevar por la cantidad excesiva de kilogramos de comida que se tienen que producir diariamente. Por ejemplo, los tres establecimientos de Lozano Express venden cerca de 1.500 kilos de comida diarios, cifra bastante elevada si se toma en cuenta el lugar en el que están ubicados.

Ubicación: Lozano Express: Centro Sambil (Nivel Acuario) Teléfono: 0212-263.5334, C.C. Plaza Las Américas (Nivel Feria) Teléfono: 0212-720.3470, C.C. El Recreo (Nivel Feria) Teléfono: 0212-706.8691.

- **Kilomania.** Representa una buena opción para quienes laboran o transitan por los predios del Centro de Caracas. Aunque el local no es de gran magnitud, desde hace seis meses satisface el apetito de miles de comensales que se han paseado

---

<sup>16</sup> Ibíd.

por sus instalaciones. Su propietario, Ilario Dos Santos, confiesa que se arrepiente de no haber creado inicialmente una estructura de mayor envergadura, ante su incredulidad sobre el éxito que podía llegar a tener el proyecto; pero hoy día está satisfecho con la receptividad que ha tenido el negocio<sup>17</sup>.

Dos Santos señala que copió la idea del mercado brasilero, pero la adaptó al gusto del venezolano; y aunque sus chefs trataron de elaborar un menú bastante variado, no existen muchas posibilidades de rotación de los platillos, debido a la excesiva demanda diaria. El precio del kilogramo de comida es de 14.000 bolívares, sin hacer ningún tipo de distinción entre los alimentos que usted pueda colocar en el plato. Es importante que sepa que, aunque es una opción relativamente económica y la comida tiene una calidad aceptable, el establecimiento generalmente está repleto de gente, por lo que es probable que deba compartir su mesa con personas que no conoce, tal y como ocurre en otros locales ubicados en la zona<sup>18</sup>.

Está abierto de lunes a sábado desde las 7:30 am hasta las 4:00 pm, porque a diferencia de sus competidores más cercanos, ofrece desayunos que van desde las típicas empanadas y arepas, hasta propuestas más elaboradas como la tortilla española, caraoatas negras y carne mechada. Los almuerzos también abarcan propuestas comunes, como pastas con distintos tipos de salsas, asado negro, ensalada César y arroz verde; y otras más sofisticadas, como pernil al vino y crepes con distintos rellenos. Además, este local ubicado frente al Capitolio, cuenta con un centro de postres en el que podrá tomarse un café, y saborear un trozo generoso de una de las decenas de tortas que ofrecen<sup>19</sup>.

Dentro de dos meses, en la parte superior de Kilomania, estará disponible el servicio VIP, que funcionará bajo las mismas premisas del local original, pero al doble del costo, debido a los platos exóticos que se venderán, entre los que no faltarán el sushi, los quesos importados, el salmón y diversos tipos de carpacho. A partir de ese momento este restaurante estará abierto a la posibilidad de convertirse en franquicia, siempre y cuando los interesados estén dispuestos a dedicarse por completo al proyecto<sup>20</sup>.

Ubicación: Kilomania: Monjas a Padre Sierra. Centro Comercial Empresarial La Francia. Segundo piso, frente al Palacio Federal Legislativo. Teléfono: 0212-861.8254<sup>21</sup>.

---

<sup>17</sup> HERRERA, María de los Angeles. El Universal.com. Estampas. Recuperado noviembre 20 de 2010. Disponible: <http://www.eluniversal.com/estampas/anteriores/250704/encuentros3.shtml>

<sup>18</sup> *Ibíd.*

<sup>19</sup> *Ibíd.*

<sup>20</sup> *Ibíd.*

<sup>21</sup> *Ibíd.*

**1.2.3.3 Cobro en los restaurantes de comida por peso o kilo.** Entre las 12:30 y las 2 de la tarde, el centro financiero más grande de América Latina se inunda de miles de personas que, apresuradas, buscan un restaurante para realizar la segunda comida del día. Son ejecutivos, empleados y oficinistas que van contra las manecillas del reloj de la arteria más transitada de la ciudad brasileña de São Paulo.<sup>22</sup>

La solución ideal para ellos, afirma el especialista Armando Alves Fiuza, es un restaurante por kilo. A lo largo de una mesa grande y rectangular se colocan diversos tipos de entradas, ensaladas, panes, guisados (calientes y fríos), postres, bebidas y carnes a las brasas<sup>23</sup>.

Las personas recorren la oferta gastronómica con una charola en las manos mientras colocan en sus platos la cantidad y el alimento deseados. Al final del corredor siempre hay una báscula que da el valor que deber pagar el cliente.<sup>24</sup>

Los restaurantes por kilo son atractivos porque cuentan con atención rápida, de manera que la gente no pierda mucho tiempo. Por otro lado, las personas pueden escoger por sí mismas lo que van a comer, tienen la oportunidad de mezclar tal ensalada con este otro guisado y así garantizar una alimentación balanceada, afirma Fiuza, gerente del restaurante Tenda Paulista<sup>25</sup>.

El dueño del comedor por kilo Amigos.com (<http://www.amigos.com>), Marcel Maiettini, concuerda con la idea de que un establecimiento de este tipo cuenta con la ventaja de la rapidez, factor que buscan los habitantes de las grandes metrópolis.

La propuesta es ofrecer alimentos preparados y variados teniendo en cuenta una buena atención al cliente. Es un concepto que se adecúa a la medida de la comida que la gente consume. Quien se sirve menos, paga menos, asevera Maiettini.

¿Cómo se determina el precio? Según Maiettini, el precio se establece por kilo, según el cálculo de lo que se gastó en los alimentos e ingredientes, desde una lechuga hasta un filete de carne de pescado, que se usan en la preparación de los platos. Con base en este valor, se saca un total por kilo. Se trabaja con un margen arriba de los costos y ahí se define el precio, comenta el restaurantero<sup>26</sup>.

Tenda Paulista cobra \$4.2 USD el kilo de comida. Recibe diariamente, en promedio, 200 personas que consumen una media de 400 gramos por platillo. Es

---

<sup>22</sup> COSSO, Mariana. Restaurante por kilo. Consultado Junio 15 de 2011. Disponible en: <http://www.soyentrepreneur.com/platillos-por-kilo.html>

<sup>23</sup> Ibíd.

<sup>24</sup> Ibíd.

<sup>25</sup> Ibíd.

<sup>26</sup> Ibídem.

decir, que en un día, el local factura alrededor de \$336 USD, en comida. Al menú elegido hay que sumarle la bebida, que cuesta 50 centavos de dólar, y en su caso, el postre, con un valor de 75 centavos de dólar<sup>27</sup>.

Amigos.com cobra \$3.90 USD por kilo de comida, atiende cerca de 150 personas diarias, con un consumo promedio de 400 gramos, lo que resulta una facturación de aproximadamente \$234 USD por día<sup>28</sup>.

Maiettini afirma que del total de la facturación hay una ganancia entre 30 y 35 por ciento.

En São Paulo y en otras ciudades de Brasil, los restaurantes por kilo son muy comunes y su tendencia expansiva es cada vez mayor. Estos establecimientos deben ubicarse en áreas comerciales con varias oficinas, para que la gente pueda desplazarse caminando<sup>29</sup>.

**1.2.4 Panorama Nacional en el sector de restaurantes.** En el más reciente informe “Dinámica del Consumo en Colombia”<sup>30</sup>, elaborado por la firma Raddar, que se especializa en el conocimiento de las tendencias de comportamiento de compra del consumidor a través de la realización de encuestas mensuales en 13 ciudades del país, se estableció que los colombianos gastan el 56% de su ingreso en comida y vivienda.

Es así como de los ocho grupos de consumo que maneja el Dane, la segunda categoría de mayor crecimiento entre 1999 y 2007 fue la de alimentos, que alcanzó un 32,3% de participación en los gastos, frente al 28,7 de 1999.

El estudio indica que el aumento fue impulsado en gran medida por el consumo en restaurantes, y que el gasto por cabeza en hamburguesas aumentó 9,3% en el lapso mencionado. Dicho incremento se explica, entre otros factores, porque la gente come más por fuera por cuestiones de distancia y trabajo.

**1.2.5 Panorama Local.** La segunda actividad empresarial en Barrancabermeja, está constituida por los servicios. En total existen 1.293 establecimientos, dedicados a ofrecer actividades como alimentación, servicios de belleza, educación, servicios empresariales y de asesoría<sup>31</sup>.

---

<sup>27</sup> Ibíd.

<sup>28</sup> Ibíd.

<sup>29</sup> Ibíd.

<sup>30</sup> JARAMILLO ANJEL. Enrique. 2009. Revista la barra. Colombianos comen más por fuera. Disponible: <http://www.revistalabarra.com.co/larevista/edicion-24/negocios1/gastronomia-colombiana-vacas-flacas.htm>

<sup>31</sup> CER. Censo Empresarial de Barrancabermeja. 2005. Disponible en: <http://www.ccbarranca.org.co/resultadoscenso.pdf>

Impulsados por la febril actividad derivada de los proyectos petroleros, los diferentes sectores productivos en Barrancabermeja muestran señales de reactivación, el sector de los restaurantes no podía ser la excepción.

La llegada a la ciudad de las grandes cadenas de almacenes como Éxito y Carrefour auguran un crecimiento económico para esta región. Estos son algunos ejemplos que hacen pensar que a Barrancabermeja le llegó su segundo aire, cargado de modernidad y progreso. Entre las razones para este renacer económico están la disminución de la violencia, la de ser una ciudad con un mercado poco explorado y el ser epicentro de grandes proyectos de inversión petrolera que han comenzado a ejecutarse en el Magdalena Medio.

Así lo confirman las cifras de la encuesta de satisfacción hecha por la Cámara de Comercio de Barrancabermeja a empresarios locales. La medición señala que el año 2006 fue más productivo que el anterior para el 66% de la muestra; es decir, 14 puntos más que en 2005, cuando solo el 52% afirmó que sus ventas habían sido positivas<sup>32</sup>.

El panorama alentador va de la mano con el incremento de la inversión petrolera en la zona. El desarrollo de dichas operaciones también trae consigo el jalonamiento de sectores como alimentación, hotelería, transporte, vigilancia, ferreterías, papelerías, talleres de metalmecánica, alquileres de campamentos, telecomunicaciones, confecciones, entre otros.

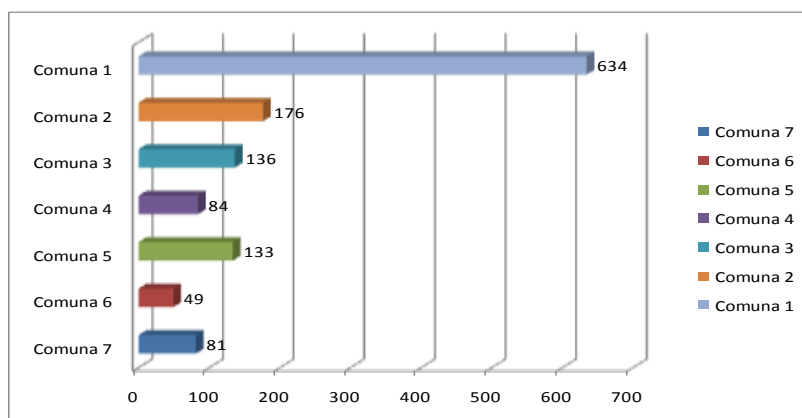
Dentro de las actividades de servicios más sobresalientes se destacan las relacionadas en el cuadro siguiente. El cuadro recoge 944 establecimientos de 1.293, es decir una muestra del 73%. En ella la actividad más representativa es la de servicio de suministro de alimentos preparados en restaurantes y demás ventas de al por menor. En esta actividad encontramos 423 unidades comerciales, 32.71% del total.

Ver distribución de establecimientos que ofrecen servicios en Barrancabermeja en la siguiente figura:

---

<sup>32</sup> CONTRERAS GUTIERREZ, Erika en [http://www.ecopetrol.com.co/especiales/cartapetrolera117/rev\\_social.htm](http://www.ecopetrol.com.co/especiales/cartapetrolera117/rev_social.htm)

Gráfica 2. Establecimientos que ofrecen Servicios en Barrancabermeja



Fuente. Censo Empresarial de Barrancabermeja en <http://www.ccbarranca.org.co/resultadoscenso.pdf>

Lo importante de este sector para la economía de Barrancabermeja está representado en la capacidad de generar demanda de mano de obra a diferentes niveles según grado de cualificación y especialización del servicio.

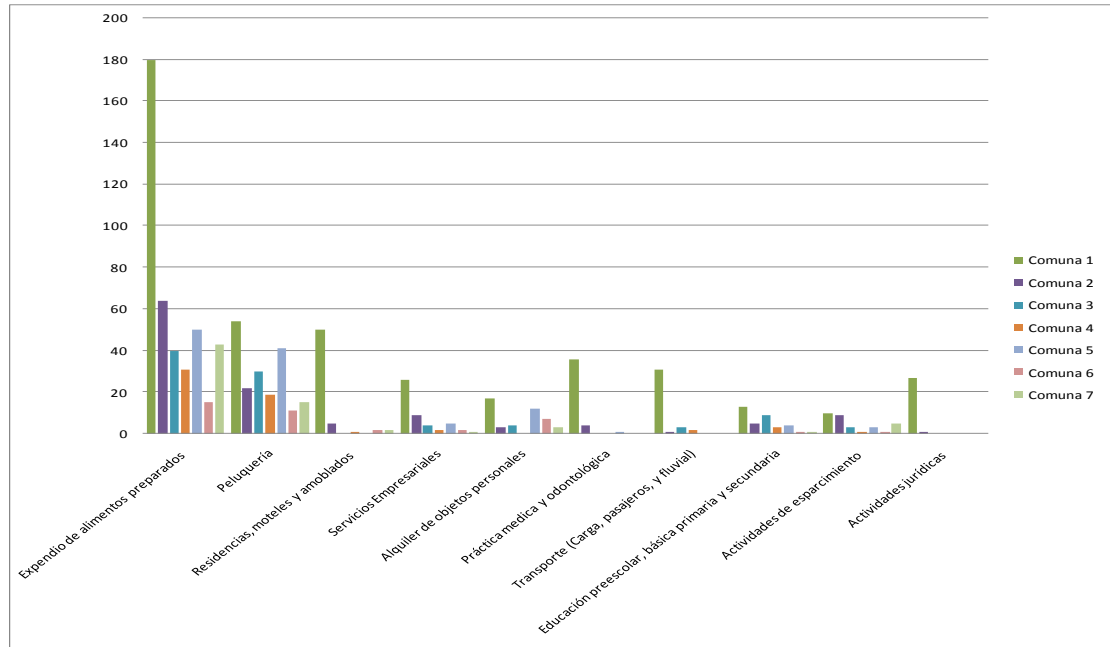
La participación en las actividades más sobresalientes del sector servicios por parte de cada una de las comunas obedece a la siguiente clasificación.

Cuadro 1. Actividades de Servicios en Barrancabermeja.

DESCRIPCIÓN	COMUNAS							TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	
Expendio de alimentos preparados	180	64	40	31	50	15	43	423
Peluquería	54	22	30	19	41	11	15	192
Residencias, moteles y amoblados	50	5		1		2	2	60
Servicios Empresariales	26	9	4	2	5	2	1	49
Alquiler de objetos personales	17	3	4		12	7	3	46
Práctica médica y odontológica	36	4	0	0	1	0	0	41
Transporte (Carga, pasajeros, y fluvial)	31	1	3	2	0	0	0	37
Educación preescolar, básica primaria y secundaria	13	5	9	3	4	1	1	36
Actividades de esparcimiento	10	9	3	1	3	1	5	32
Actividades jurídicas	27	1						28
<b>TOTALES</b>	<b>444</b>	<b>123</b>	<b>93</b>	<b>59</b>	<b>116</b>	<b>39</b>	<b>70</b>	<b>944</b>

Fuente. Censo Empresarial de Barrancabermeja en <http://www.ccbarranca.org.co/resultadoscenso.pdf>

Gráfica 3. Actividades de Servicios en Barrancabermeja.



Fuente: Censo Empresarial de Barrancabermeja en [www.ccbarranca.org.co/resultadoscenso.pdf](http://www.ccbarranca.org.co/resultadoscenso.pdf)

La mayor actividad comercial en este sentido de los servicios está concentrada nuevamente en la comuna 1. Todos los renglones analizados poseen su mayor participación en esta localidad, que para el caso de los alimentos preparados participa con el 42.6% representado en 180 establecimientos<sup>33</sup>.

Pese a que la inversión petrolera está ligada con la ciudad desde sus inicios, factores como el programa de desarrollo de proveedores, la flexibilización en los procesos de contratación y las exigencias hechas por Ecopetrol a sus empresarios, han hecho que un mayor número de empresas con buenas prácticas de producción y manufactura se consoliden en la ciudad, generando adicionalmente empleo y reactivando la economía local.

Un ejemplo de esto es la asociación llamada Alimentar & Suministros, conformada por 12 restaurantes de la ciudad que brinda alimento a los trabajadores de las empresas contratistas que han llegado al complejo industrial.

El proceso, que inició en junio de 2006 con la demanda de 600 almuerzos diarios, llegó a un pico de 1.500 servicios diarios en diciembre de este mismo año, a causa de dos paradas programadas de plantas petroleras.

<sup>33</sup> CER. Centro de Estudios Regionales de Barrancabermeja. Recuperado noviembre 15 de 2011. Disponible en: <http://www.ccbarranca.org.co/resultadoscenso.pdf>.

Con el auge de las compañías contratistas en la ciudad para este año y con base en la Revista Barrancabermeja en Cifras, el número de usuarios de este servicio ha aumentado considerablemente.

**1.2.6 Tipos de Establecimientos.** Siendo el restaurante un servicio, en el mayor de los casos públicos, donde se paga por la comida y bebida, existen diferentes tipos<sup>34</sup>.

**-Restaurante buffet.** Es posible escoger la misma persona una gran variedad de platos cocinados y dispuestos para el autoservicio. A veces se paga una cantidad fija y otras veces por cantidad consumida (peso o tipos de platos). Surgido en los años 70's, es una forma rápida y sencilla de servir a grandes grupos de persona.

**-Restaurante de comida rápida (fast food).** Restaurantes informales donde se consume alimentos simples y de rápida preparación como hamburguesas, patatas fritas, pizzas o pollo. Algunas de las cadenas de restaurantes más conocidas son: McDonald's, Burger King, Quick, KFC, Pizza Hut o Domino's pizza.

**-Restaurantes de alta cocina o gourmet.** Los alimentos son de gran calidad y servidos a la mesa. El pedido es "a la carta" o escogido de un "menú", por lo que los alimentos son cocinados al momento. El costo va de acuerdo al servicio y la calidad de los platos que consume. Existen mozos o camareros, dirigidos por un Maitre o jefe de comedor en un restaurante. El servicio, la decoración, la ambientación, comida y bebidas son cuidadosamente escogidos.

**-Restaurantes temáticos.** Son clasificados por el tipo de comida ofrecida. Los más comunes son según origen de la cocina, siendo los más populares en todo el mundo: La cocina italiana y la cocina china, pero también cocina mexicana, cocina japonesa, cocina española, cocina francesa, cocina peruana, cocina tailandesa, restaurantes espectáculo, entre otros<sup>35</sup>.

**-Comida para llevar o take away.** Son establecimientos que ofertan una variedad de primeros platos, segundos, y una variedad de aperitivos, que se exponen en vitrinas frías o calientes, según su condición. El cliente elige la oferta y se confecciona un menú a su gusto, ya que la oferta se realiza por raciones individuales o como grupos de menús. Dentro de los take away se puede encontrar establecimientos especializados en un determinado tipo de producto o en una cocina étnica determinada. Al igual que los fast food, la vajilla y el menaje

---

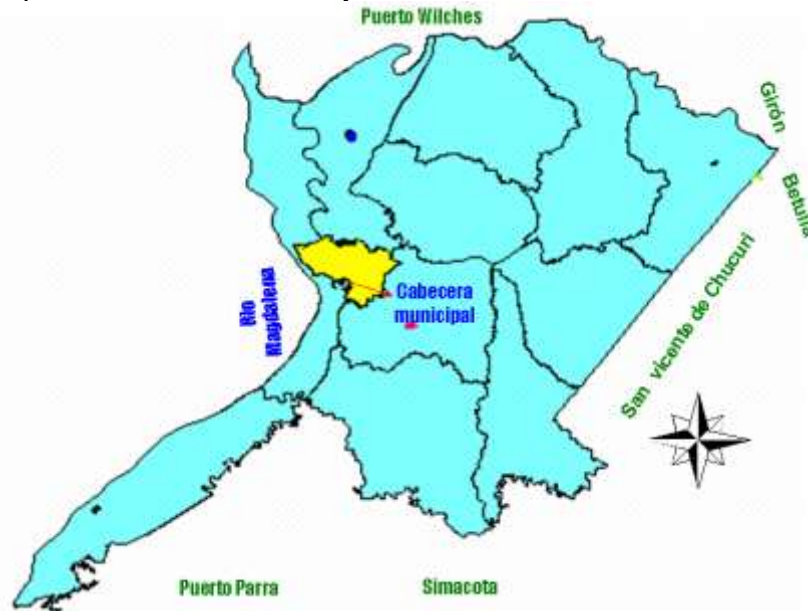
<sup>34</sup> JARINTRO. Alimentos y bebidas. Recuperado noviembre 15 de 2011. Disponible en: <http://jarintro.blogspot.es/i2008-05/>.

<sup>35</sup> Ibíd.

que se usa son recipientes desechables. Un ejemplo son las rosticerías, los asaderos de pollos, etc<sup>36</sup>.

### 1.3 CONTEXTO GEOGRÁFICO

Gráfica 4. Croquis de Barrancabermeja.



Fuente: CER. Centro de Estudios Regionales de Barrancabermeja. Recuperado noviembre 15 de 2011. Disponible en: <http://www.ccbarranca.org.co/resultadoscenso.pdf>.

Barrancabermeja es una ciudad de microempresas, de las 5.132 entidades encuestadas, el 95% (4.912) corresponden a empresas cuyo número de empleados es de uno a diez y cuyo activos totales no pasan de los 501 salarios mínimos. Los demás porcentajes indican que en la ciudad existe un 3% (129) de pequeñas empresas, 1% (41) de medianas y tan sólo 1% (40) de grandes empresas. (La división se hizo teniendo en cuenta la clasificación de las Empresas por La Ley 590 del 2000, con base a las características de planta de personal y activos totales). Es un potencial el hecho de que Barrancabermeja cuenta con microempresas que requieren de realizar capacitaciones para el fortalecimiento de las áreas de la organización<sup>37</sup>.

La gran mayoría de las empresas locales carecen de sucursales, sólo 96 (de las 5.132) 1.87% de los establecimientos poseen un local adicional. De las 96 empresas que cuentan con sucursal, el 65% cuenta con una, el 14.5% con dos, el 7.29% con tres y el 4.2% con cuatro. Los empresarios están en esa dinámica de

<sup>36</sup> Ibíd.

<sup>37</sup> Ibídem

ejecutar proyectos de expansión del negocio o de nuevas sucursales local o regionalmente, realizando un acompañamiento permanente desde la selección del local y todas las actividades que implique adecuación en infraestructura, participación en eventos comerciales y fortalecimiento del talento humano.

De las 5.132 empresas encuestadas el 49.7% (2.555) surgió entre los años 2001 al 2003, mientras que el 23.9% (1.230) nació en el último lustro de la década anterior, tan sólo el 15.6% (801) de las empresas fue creada antes de 1990. Esta dinámica implica que las personas están cambiando de una cultura de empleados a una cultura empresarial, donde estos deben ser actores de su propio desarrollo. Las nuevas empresas por lo general poseen personal calificado con conocimientos en el campo de la administración, que tienen la visión de una infraestructura adecuada para su productividad.

Los sectores que ejercen mayor peso sobre la economía son: Producción y fabricación 988, comercio 2.828 y servicios 1.293. las empresas independientes de su actividad económica requieren de maquinaria, mobiliario para operar y fortalecimiento en mercadeo y personal.

En Barrancabermeja prima el esfuerzo individual para la creación de empresas (75.66%), mientras que sólo el 5.68% es fruto de sociedades; esto implica el surgimiento de establecimientos menos fuertes en términos de inversión de capital y la consolidación del rechazo por el trabajo en equipo y la asociatividad. Tipo de empresas, familiar 3.900, sociedad 312, sin ánimo de lucro 29.

El 47.6% (2.434) establecimientos comerciales carece de los requisitos empresariales mínimos para su funcionamiento. Esto denota un alto índice de ilegalidad y omisión de los parámetros establecidos por el Estado para el funcionamiento de cualquier actividad comercial, de producción o de servicios. El requisito que cumple mayor proporción es el registro mercantil expedido por la Cámara de Comercio (44.57%), seguido del documento de industria y comercio (3.87%), registro sanitario (0.09%), bomberos y usos del suelo (0.01%)<sup>38</sup>.

Los empresarios tienen la tendencia de comprar los insumos en el municipio de Barrancabermeja, el 74.5% (3.823) aseguran que lo compra localmente y 25.1% (1.288) adquieren los insumos en otras ciudades como Bucaramanga, Bogotá, Medellín y Cali, seguido en orden de importancia Pereira y Cúcuta.

El 73.3% de las empresas locales requieren personal de muy bajo perfil, que no sobrepasen la secundaria. Los profesionales y tecnólogos no hallan por lo tanto en los establecimientos locales alternativas de empleo, pues solo necesita el 18.2% de ellos. Este resultado se puede cruzar con la información relacionada a

---

<sup>38</sup> Ibídem

que la mayoría de las empresas en Barrancabermeja se constituyeron a partir del año 2001, lo cual se prevé que las personas tienden a crear nuevas empresas que es una oportunidad para el ofrecimiento de servicios orientados a potencializar el área de mercadeo, producción y personal.

Con relación a la capacidad tecnológica el 36.2% tienen equipos de computo, el 12.1% línea de fax, 8.7% acceso a Internet y 80% líneas telefónicas. Al poseer las empresas capacidad tecnológica, denota inversiones del empresario para ser competitivo y productivo.

En lo agropecuario, se cuenta con innumerables proyectos en el sector, por el impulso que realiza la Administración Municipal, con apoyo de la UMATA y CORPOICA, es así como, por su ubicación geográfica y el enriquecimiento de sus suelos, se ha desarrollado la actividad económica en los sectores de la ganadería, piscicultura y la agricultura.

Lo industrial en Barrancabermeja está representado por la actividad petrolera, ECOPELROL S.A., impulsa el desarrollo empresarial, que se evidencia actualmente con los proyectos de ampliación de las plantas industriales, que cuales inciden en el establecimiento de firmas contratistas y personal de otras zonas del país que llegan a la ciudad a vincularse laboralmente y con la ejecución de los diferentes proyectos.

Con relación al sector servicios, las actividades que lo conforman son alimentos, servicios de belleza, servicios empresariales, asesorías, transporte. Como ejemplo, se puede mencionar:

El transporte fluvial atendió en el año 2003 a 321.255 pasajeros que utilizaron la ruta de Barrancabermeja a los diferentes municipios, corregimientos y veredas como Puerto Berrío, Casabe, San Pablo, Simití, Morales, Gamarra, el Banco y Magangué.

El movimiento de carga por vía fluvial movilizó 152.880 toneladas de diversos productos como fertilizantes, clinker, cemento, cereal, artesanal, fluorita y otros productos<sup>39</sup>.

El transporte fluvial de carga en el año 2006 movilizó para diferentes puertos del país aproximadamente 94.434.395 kilos de entrada y salida de productos como abonos, agrícolas, envases, bebidas, cemento, contenedores, víveres, catalizadores, maquinaria, hierro y acero, minerales y otros productos<sup>40</sup>.

---

<sup>39</sup> SOCIEDAD PORTUARIA DE BARRANCABERMEJA. Año 2006. Disponible en: [http://fs03eja1.Cormagdalena.com.co/nuevaweb/puertos/tema portuarui. Htm](http://fs03eja1.Cormagdalena.com.co/nuevaweb/puertos/tema%20portuarui.Htm).

<sup>40</sup> ALCALDÍA MUNICIPAL. Departamento de Planeación. Revista Barrancabermeja en cifras. 2004/2005. p.18.

El movimiento de hidrocarburos vía fluvial, movilizó 1.241.002.619 kilos, de diferentes productos como nafta, A.C.P.M, asfaltos, Gdohexano, Combustóleo, Gasóleo, Lubricantes, Diluyentes, gasolina y Queroseno y otros derivados del petróleo<sup>41</sup>.

El transporte aéreo movilizó 17.021 pasajeros a las diferentes rutas, Barrancabermeja – Bogotá y vuelos charter a la ciudad de Bucaramanga y otras localidades pequeñas de Santander<sup>42</sup>.

Con relación a la actividad financiera del municipio, se detallan las actividades realizadas.

En el municipio de Barrancabermeja el sector financiero realizó colocaciones por el orden de \$77.471.115 y las captaciones por \$173.919.692 en el año<sup>43</sup>.

La anterior información, aporta a esta investigación datos importantes con relación al crecimiento poblacional y las diferentes dinámicas económicas y empresariales, donde se evidencia al ser humano como protagonista del desarrollo de las comunidades, sin embargo, para su actuar requiere diariamente diferentes satisfactores, entre ellos, la alimentación, como base fundamental para su subsistencia.

#### 1.4 ASPECTOS LEGALES

- **Decreto 002106 Julio de 1983. Ministerio de Salud.** Por medio del cual se reglamenta parcialmente el Título V de la Ley 09 de 1.979 en lo referente a identidad, clasificación, uso, procesamiento, importación, transporte y comercialización de aditivos para alimentos.
- **Decreto 60 de 2002. Ministerio de Salud.** Por el cual se promueve la aplicación del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico-Haccp en las fábricas de alimentos y se reglamenta el proceso de certificación.
- **Decreto 3636 de Noviembre 10 de 2005. Ministerio de la Protección Social.** Por el cual se reglamenta la fabricación, comercialización, envase, rotulado o etiquetado, régimen de registro sanitario, de control de calidad, de vigilancia sanitaria y control sanitario de los productos de uso específico.
- **Decreto 3075 de 1997 por el cual se reglamente parcialmente la ley 09 de 1979 y se dictan otras disposiciones.** Describe como deben ser las instalaciones físicas de una fábrica de alimentos o restaurante, los documentos

---

<sup>41</sup> Ibíd.

<sup>42</sup> Ibíd.

<sup>43</sup> Ibíd.

registros de producción de un alimento y los requisitos de un manipulador- conceptos generales.

- **Decreto 4444 de 2005. Ministerio de la Protección social.** Por el cual se reglamenta el régimen de permiso sanitario para la fabricación y venta de alimentos elaborados por microempresarios. Las microempresas dedicadas a la fabricación de alimentos de que trata este decreto deberán cumplir con las condiciones básicas de higiene en la fabricación de alimentos previstas en el Título II del Decreto 3075 de 1997, exceptuando las señaladas en los artículos 24, 25, 26 y 27 del Capítulo V– Aseguramiento y Control de Calidad –; artículos 36, 37, 38, 39 y 40 del Capítulo VIII.
- **HACCP (Análisis de Riesgo y Puntos de Control Críticos).** HACCP es un sistema de gestión de aseguramiento de la inocuidad de los alimentos propuesto por la comisión FAO/OMS del CODEX Alimentarius, a los países miembros de la OMC (Organización Mundial de Comercio). Este sistema está enfocado a la prevención y al control de la inocuidad de los alimentos, y opera mediante un sistema de registros o documentación verificable, bajo los principios de: Análisis de peligros, identificación de Puntos de Control Críticos (PCC).
- **Ley 222 de 1995,** por la cual se modifica el libro II del código del Comercio, se expide un nuevo régimen de procesos.
- **Ley 590 de 2000.** por la cual se dictan las disposiciones para promover el desarrollo de las micros, pequeñas y medianas empresas. Analizar las disposiciones del gobierno nacional en materia del fortalecimiento empresarial.
- **Ley 1014 del 26 de enero de 2006** de Emprendimiento y Empresarismo, mediante el cual se reglamenta el emprendimiento en Colombia.
- **Resolución 10593 de 1985. Ministerio de Salud.** Por medio del cual faculta al Ministerio de Salud elaborar la lista de los aditivos en los alimentos para el consumo humano que pueden utilizarse en todo el territorio Nacional.
- **Resolución 0002652 de agosto 28 de 2004. Ministerio de la Protección Social.** Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano.
- **Decreto 3075. Buenas prácticas de manufactura.** DEFINICIÓN Conjunto de acciones y previsiones orientadas a garantizar la sanidad e inocuidad de los alimentos, evitando su contaminación, deterioro o adulteración. Las BPM comprenden todos los procedimientos necesarios para garantizar la calidad y seguridad de un alimento y su adecuada manipulación en cada una de las etapas

del proceso. El ser humano es el principal actor en una fábrica de alimentos, por ello se le debe dar una especial atención. El bienestar del consumidor en términos de Salud Pública, depende en gran medida de la seguridad del producto que se está manufacturando. Las actividades de fabricación, procesamiento, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos se ceñirán a los principios de las Buenas Prácticas de Manufactura estipuladas en el presente decreto.

## 2. ESTUDIO DE MERCADOS

### 2.1 OBJETIVOS

**2.1.1 General.** Realizar un estudio de mercados, que permita determinar los aspectos relacionados con la demanda, la oferta el precio, los canales de comercialización, la publicidad y la promoción para la creación de un restaurante tipo buffet de comida al peso en el municipio de Barrancabermeja, aplicando una investigación exploratoria descriptiva.

#### 2.1.2 Específicos.

- Establecer las particularidades que enmarcan un restaurante tipo buffet de comida al peso, para conocer la aceptación describiendo su uso y especificaciones, consultando fuentes secundarias.
- Definir el mercado potencial y objetivo para la venta de comida al peso en un restaurante tipo buffet, teniendo en cuenta los sectores o estratos que puedan adquirirlo, escogiendo una muestra de los mismo
- Hallar la demanda presente en la adquisición de comida al peso en la ciudad de Barrancabermeja, a través de la realización de un trabajo de campo en el cual se aplican encuestas a la población objetivo en la búsqueda del conocimiento de intención de compra en un restaurante tipo buffet con comida al peso.
- Indagar sobre la actual oferta de restaurantes de comida al peso, con la realización de una investigación exploratoria descriptiva a fin de cuantificar los restaurantes que presten este servicio y la forma como lo ofrecen a nivel local.
- Investigar los precios de alimentos preparados, consultando en los restaurantes de mayor reconocimiento que manejan la modalidad de ventas de comida por peso, para el manejo del precio promedio del mercado por platos específicos.
- Concretar las estrategias de publicidad y promoción que permitan dar a conocer el restaurante a través de la evaluación de las diferentes alternativas existentes para ello a nivel local, con la investigación de éstos medios presupuestando las escogidas.
- Plantear los canales de comercialización óptimos para el ofrecimiento de este tipo de servicio, a través de los medios existentes en el mercado, determinando si es directo o indirecto según el servicio a prestar.

## 2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

**2.2.1 Definición, usos y especificaciones del servicio.** El servicio a prestar es el de restaurante tipo buffet de comida al peso con la presentación de los alimentos exhibidos en vitrina, se le da la posibilidad al cliente de escoger una gran variedad de platos cocidos y dispuestos para el consumo inmediato. Allí, los alimentos y las vitrinas juegan un papel primordial, ya que es el efecto visual que se va a generar en el cliente y de eso depende en gran medida su compra.

Se busca crear una armonía que comparta, una vitrina de acuerdo al tipo de local y al tipo de producto, diseñada acorde al tipo de público al que está dirigida, con buenas condiciones técnicas e higiénicas, para mantener siempre el producto en excelentes condiciones, produciendo el efecto visual esperado. Es fundamental trabajar siempre pensando en la psicología del consumidor.

El pago es directamente proporcional a la cantidad de comida, pues se paga solamente lo que se sirve. En resumen, la gente que consume mucho paga mucho y la gente que consume poco paga poco.

La prestación del servicio se va a hacer con exposición en vitrina caliente, donde el cliente llega, se sirve lo que desee al estilo buffet, pasa a la caja que le pesen lo escogido y procede a hacer el pago, para luego sentarse a la mesa a consumir lo comprado.

Dentro de los menús a ofrecer se tiene en cuenta la diversidad como lo son los carbohidratos, proteínas, sopas, ensaladas bebidas y postres, como se encuentran a continuación:

Cuadro 2. Menús propuestos para restaurante de comida al peso.

CARBHIDRATOS					PROTEÍNAS						
ARROZ	x	PAPA	x	PLÁTANO	x	PASTAS	x	CARNES	x	PREPAR.	x
Blanco		Al vapor		Al vapor verde		Carbonara		Res		Estofados	
Al pimentón		Al perejil		Frito verde		Boloñesa		Cerdo		Asados	
De coco		Gratinada		Patacón verde		Lasaña		Pollo		A la plancha	
Con pollo		Carbonara		Al vapor maduro				Pez mar		Fritos	
Con verduras		En puré		Frito maduro				Pez río		Rellenos	
Verde		A la francesa		Patacón maduro				Atún		Con salsas	
Con fideos		Al horno									
SOPAS					ENSALADAS		BEBIDAS		POSTRES		
CREMAS	x	TRADICIONALES	x	CAZUELA	x	CLASE	x	CLASE	x	CLASE	x
Verduras		Sancocho		Bagre		Crudas		Jugo frutas		Tortas	
Tomates		De arroz		Mariscos		Al vapor		Gaseosas		Flanes	
Cebolla		De verduras		Mixta		Agridulce		Aromáticas		Dulces	
		De pastas		De pollo		Con encurtidos				Gelatinas	
		De patacón									

Fuente: Autoras del proyecto.

Cabe aclarar, que éstos menús en la investigación de mercados son sometidos a la selección por parte de la población objetivo, preparándose en la puesta en marcha del negocio los mayormente solicitados.

**2.2.2 Productos sustitutos.** Corresponde a los ofrecidos en la ciudad actualmente por otros restaurantes, cuyo menú y cantidad están definidos, lo cuales son de varias modalidades como lo son vegetarianos, de comida china, comida tradicional, entre otros.

**2.2.3 Productos complementarios.** En esta línea de alimentación corresponde a los pasabocas, comidas especiales por encargos para reuniones especiales, así como el alquiler del sitio para celebraciones u ocasiones especiales que lo soliciten.

**2.2.4 Atributos diferenciadores del producto / servicio con respecto a la competencia.** El gran atributo diferenciador del servicio de restaurante a prestar es comprar sólo lo que se quiere consumir y pagar por peso o gramaje; además de los aspectos que se relacionan a continuación:

- Servicio inmediato.
- Variedad en la selección y cantidad del producto a consumir.
- El cliente paga solamente lo que se sirve.
- Instalaciones donde los clientes puedan observar el proceso productivo y el cumplimiento de la normativa que regula la preparación de alimentos para el consumo humano.
- La sección de buffet contará con módulos principales, donde se dispone los alimentos, bebidas y vajillas.
- Cómodas y modernas instalaciones
- Espacios suficientes para la celebración de eventos especiales.
- Precios y cantidades de acuerdo con las preferencias de los clientes.

## **2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO**

**2.3.1 Mercado Potencial.** Población residente en las viviendas de la ciudad de Barrancabermeja en los diversos estratos, 1, 2, 3, 4 y 5, los cuales corresponden a 47.325<sup>44</sup> hogares.

---

<sup>44</sup> ALCALDÍA MUNICIPAL. Departamento de Planeación. Revista Barrancabermeja en cifras. 2004/2005. p.51.

**2.3.2 Mercado objetivo.** Población residente en las viviendas de los estratos 3, 4 y 5, del municipio de Barrancabermeja y su zona de influencia, los cuales corresponden a 15.072 hogares, 9.140(estrato 3), 5.101 (estrato 2) y 831 (estrato 5)<sup>45</sup>.

## **2.4 LA DEMANDA**

### **2.4.1 Investigación de Mercados**

**2.4.1.1 Planteamiento del problema.** El municipio de Barrancabermeja por tener como sede la principal petrolera del país ECOPETROL S.A., se ha convertido en una ciudad-región del Magdalena Medio, centro de abastecimiento de los habitantes de las comunidades que viven cercana al Río Magdalena, donde consiguen bienes y servicios, siendo un reglón importante los alimentos.

De igual forma, eje central de nuevos proyectos de ensanche de las plantas industriales, convirtiéndose en un sitio estratégico para el establecimiento de firmas contratistas y personas interesadas en el trabajo con Ecopetrol, presentándose mayor demanda de alimentos preparados, ya que al vincularse las personas laboralmente y en la mayoría de los casos los dos jefes de hogar, que no cuentan con el tiempo suficiente para preparar sus alimentos se ven obligados a suplir este servicio fuera de casa; punto de partida para la identificación del mercado, conociendo a los potenciales clientes del servicio de un restaurante tipo buffet de comida al peso, las predilecciones en el consumo, la frecuencia, las cantidades, sus necesidades, sus comportamientos para satisfacerlos y orientar de manera más efectiva los esfuerzos de marketing de la empresa.

La información del análisis del comportamiento del consumidor es crucial como herramienta base en el proceso de la elaboración de la estrategia de marketing para el ofrecimiento de comidas por menús y cantidades definidas, que los clientes quieren variar, proporcionando el consumo de una dieta a gusto, el pago sólo de lo consumido; por lo cual, se presenta la oportunidad de ofrecer un servicio de restaurante caracterizado en la ventas de comida por peso.

**2.4.1.2 Necesidades de información.** Se debe realizar la recolección de la información necesaria en las siguientes fuentes:

- Obtener información mediante un cuestionario estructurado sobre la cultura, las necesidades, gustos y aceptación de la población sobre el consumo de comidas en un restaurante tipo buffet de comida por peso.

---

<sup>45</sup> ALCALDÍA MUNICIPAL. Departamento de Planeación. Revista Barrancabermeja en cifras. 2001/2003. p.73.

- Identificar la cantidad de restaurantes tipo buffet de comida por peso, que existen en Barrancabermeja, el servicio que prestan, menús y tarifas.
- Indagar acerca de los medios de publicidad de más acogida para la prestación de este tipo de servicio.
- Analizar los canales de comercialización existentes, que sean aplicables a esta clase de servicio.
- Conocer el interés y la frecuencia de la población por tomar los alimentos en un restaurante de comida por peso.

### 2.4.1.3 Ficha técnica.

Cuadro 3. Ficha técnica.

<b>Tipo de investigación</b>	Exploratoria-Descriptiva. Permite familiarizarse con el fenómeno que se investiga, para este estudio explorar en el mercado la existencia de este tipo de restaurantes y saber si se encuentran los de modalidad de comida por peso.
<b>Método de investigación</b>	Deductivo. Inicia con la observación de las preferencias de la población para llegar a una conclusión del conocimiento del grado de aceptación de un restaurante de comida por peso.
<b>Fuentes de información</b>	Fuentes primarias: Encuesta a la población en general que vive en los estratos 3, 4 y 5 de Barrancabermeja. Fuentes secundarias: Manuales de culinaria, normas sobre bioseguridad y preparación de alimentos, libros relacionados con la formulación y evaluación de proyectos, investigación de mercados, páginas de Internet relacionados con los temas de investigación.
<b>Técnicas de recolección de información</b>	Encuesta a personas residentes en los estratos 3, 4 y 5.
<b>Instrumento</b>	Cuestionario con preguntas abiertas y cerradas, cuyas respuestas son suministradas por los encuestados, el cual se presenta en el Anexo A.
<b>Modo de aplicación</b>	Las encuestas se aplican de forma directa a la población objetivo.
<b>Definición de población (potencial y objetivo)</b>	Población potencial: Personas residentes en las 47.325 hogares de la ciudad de Barrancabermeja, correspondientes a los estratos 1, 2, 3, 4 y 5. Población objetivo: Personas residentes en las 15.072 hogares de la ciudad de Barrancabermeja correspondiente a los estratos 3, 4 y 5.
<b>Proceso de muestreo</b>	Muestreo aleatorio estratificado.
<b>Elemento muestral</b>	Viviendas en los estratos 3, 4 y 5.
<b>Unidad muestral</b>	Jefes de hogar de las viviendas de los estratos 3, 4 y 5.
<b>Marco muestral</b>	375 hogares a encuestar de los estratos 3, 4 y 5, según cálculo de la muestra.
<b>Alcance</b>	La ciudad de Barrancabermeja
<b>Tiempo de aplicación</b>	Octubre 05 al 30 de 2010, 15 días para la prueba piloto.
<b>Realizada por</b>	SANDRA DI BELLO Y GLORIA EDY PLATA FORERO

**2.4.1.4 Cálculo del tamaño de la muestra.** La población objetivo corresponde a 15.072 hogares, de los cuales 9.140 corresponden al estrato 3, 5.101 corresponden al estrato 4 y 831 corresponden al estrato 5. El cálculo del tamaño de la muestra para este estudio se realiza de la siguiente forma:

- n** = Tamaño de la muestra sumatoria de los estratos 3, 4 y 5: 15.072.
- Z** = 1,96 (Variable estandarizada para una significancia del 5%)
- P** = 0,5 (Probabilidad de éxito) se desconoce el comportamiento de ocurrencia.
- q** = 0,5 (Probabilidad de no éxito) se desconoce el comportamiento de no ocurrencia.
- N** = Est. #3 (9.140) / Est. #4 (5.101) / Est. #5 (831): Tamaño de la población en cada uno de los tres estratos.
- e** = 0,05 (Margen de error).

❖ **Cálculo del tamaño de la muestra.**

$$n = \frac{N(p * q) Z^2}{Z^2 (p * q) + e^2 (N-1)}$$

$$n = \frac{15.072 \times (0,25) \times 3,8416}{3,8416 \times (0,25) + (0,05)^2 (15.072 - 1)}$$

$$n = \frac{0,9604 + (0,0025) (15.071)}{14.475,1}$$

$$n = \frac{0,9604 + 37,68}{14.475,1} = 38,64$$

**n = 375 encuestas.**

❖ **Se determina la participación por estratos así:**

Estrato 3 = 9.140 / 15.072 = 0.61 = 375 x 0.61 = 228 encuestas a realizar.  
 Estrato 4 = 5.101 / 15.072 = 0.34 = 375 x 0.34 = 127 encuestas a realizar.  
 Estrato 5 = 831 / 15.072 = 0.05 = 375 x 0.05 = 20 encuestas a realizar.

**Total de cuestionarios = 375.**

Teniendo el conocimiento que por estar en los estratos 3, 4 y 5 deben aplicarse 375 cuestionarios para el trabajo de campo; deben realizarse 228 en el estrato 3, 127 en el estrato 4 y 20 en el estrato 5.

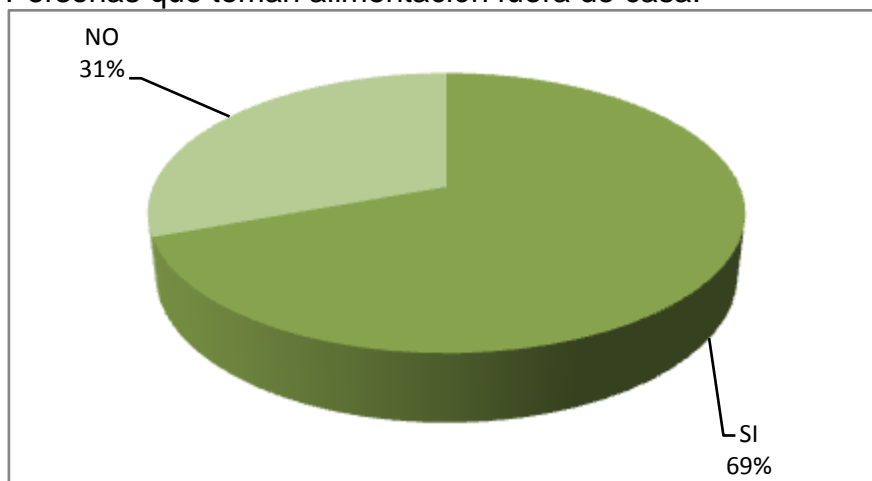
**2.4.1.5 Tabulación presentación y análisis de resultados.** Con la aplicación de los cuestionarios en mención en el trabajo de campo realizado se obtuvieron los siguientes resultados:

1. *¿Algún miembro de este hogar toma la alimentación fuera de casa?*

Cuadro 4. Personas que toman alimentación fuera de casa.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>SI</b>	<b>260</b>	<b>69%</b>
Almuerzo	182	70%
Cena	65	25%
Todo	13	5%
<b>NO</b>	<b>115</b>	<b>31%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>

Gráfica 5. Personas que toman alimentación fuera de casa.



Según las respuestas dadas por los encuestados en el 69% de los hogares de Barrancabermeja, algún miembro de la familia toman la alimentación por fuera, debido a los compromisos laborales y al poco tiempo permitido para esta labor. De las personas que se alimentan fuera de casa el 70% toma el almuerzo, el 25% la cena y muy pocos 5% toman toda la alimentación por fuera de casa.

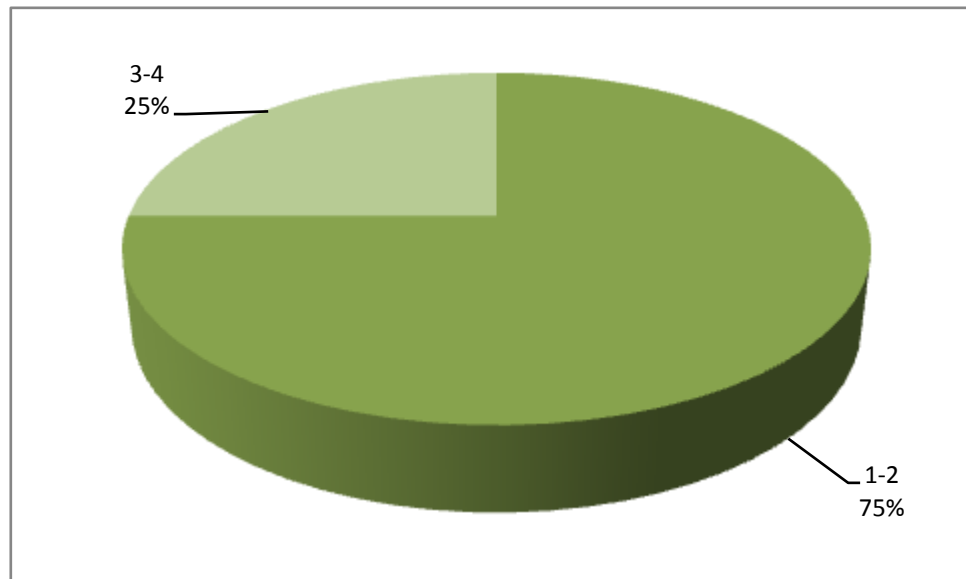
El 31% de los encuestados manifiesta que no toma la alimentación fuera de casa.

2. ¿Cuántos miembros de este hogar toman alimentación fuera de casa?

Cuadro 5. Número de personas que toman alimentación fuera de casa.

Cantidad	$X_i$	$F_i$	$X_i f_i$	$H_i$	$X_i(h_i)$
1 a 2	1.5	195	292.5	0.75	1.12
3 a 4	3.5	65	227.5	0.25	0.87
	5	<b>260</b>	520	1.0	1.99
<b>PROMEDIO</b>	<b>personas</b>				<b>2</b>

Gráfica 6. Número de personas que toman alimentación fuera de casa.



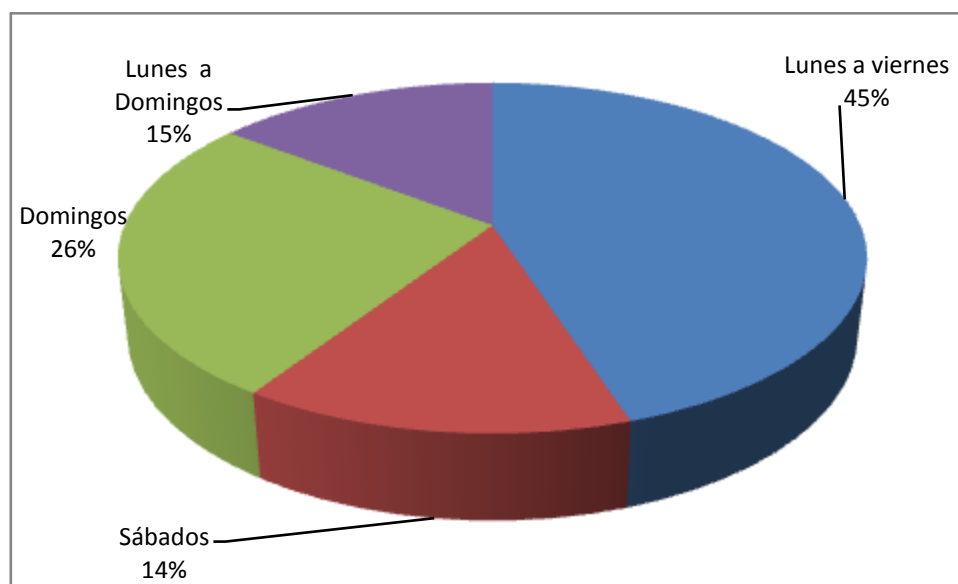
En cuanto al número de personas que toman la alimentación fuera de casa en los hogares de los estratos 3, 4 y 5 de Barrancabermeja se pudo conocer que en promedio son dos, de los cuales generalmente son los dos jefes de casa o un jefe de casa y uno de los hijos, que se encuentran cumpliendo actividades de carácter laboral.

### 3. ¿Qué días de la semana se alimentan por fuera?

Cuadro 6. Días de la semana que se alimentan por fuera.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Lunes a viernes	117	45%
Sábados	37	14%
Domingos	68	26%
Lunes a Domingos	38	15%
<b>TOTAL</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>

Gráfica 7. Días de la semana que se alimentan por fuera.



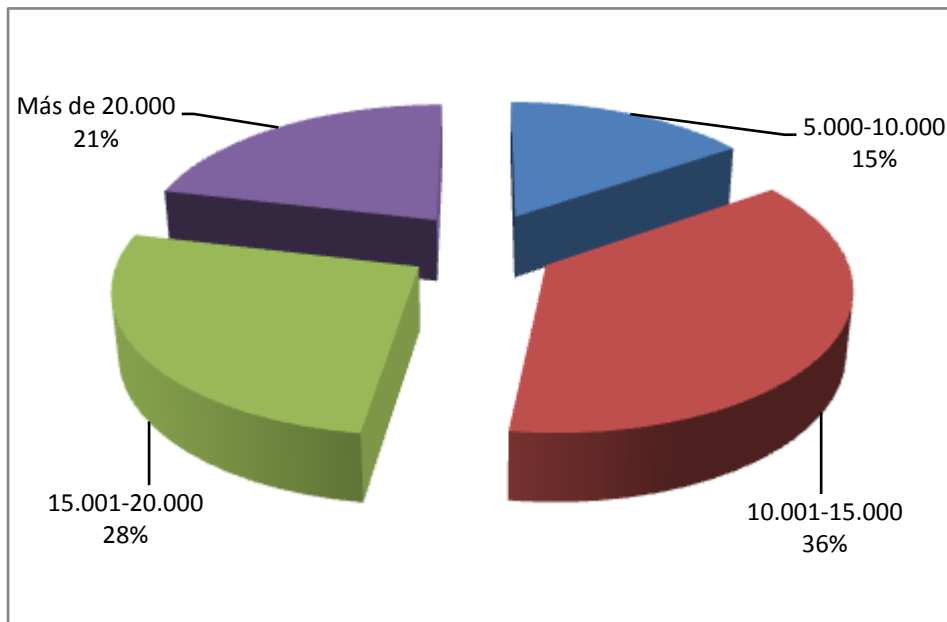
Se pudo conocer por parte de los encuestados que los días de la semana que comen por fuera son principalmente de lunes a viernes, tomando la alimentación que corresponde al almuerzo, por los compromisos laborales, le sigue el 26% de los encuestados que toman por fuera el almuerzo o la cena los días domingos como una forma de recrearse o salir juntos en familia, así como lo hace el 14% que escoge para esta actividad los días sábados; se presentan 15% de los casos de trabajadores que por su función laboral también almuerzan y cenar por fuera los días sábados y domingos representados con un 15% del total de encuestados.

4. ¿Qué presupuesto está invirtiendo actualmente en cada comida?

Cuadro 7. Presupuesto invertido en cada comida.

Cantidad	Xi	Fi	Xifi	Hi	Xi(hi)
5.000 - 10.000	7.500	39	202.500	0.15	1.140
10.001 -15.000	12.500	93	1.162.500	0.36	4.500
15.001 - 20.000	17.500	73	1.172.500	0.28	4.900
Más de 20.000	20.000	55	1.825.000	0.21	4.200
	57.500	260	4.362.500	1.0	\$14.740
<b>PROMEDIO</b>	<b>pesos</b>				<b>\$15.000</b>

Gráfica 8. Presupuesto invertido en cada comida.



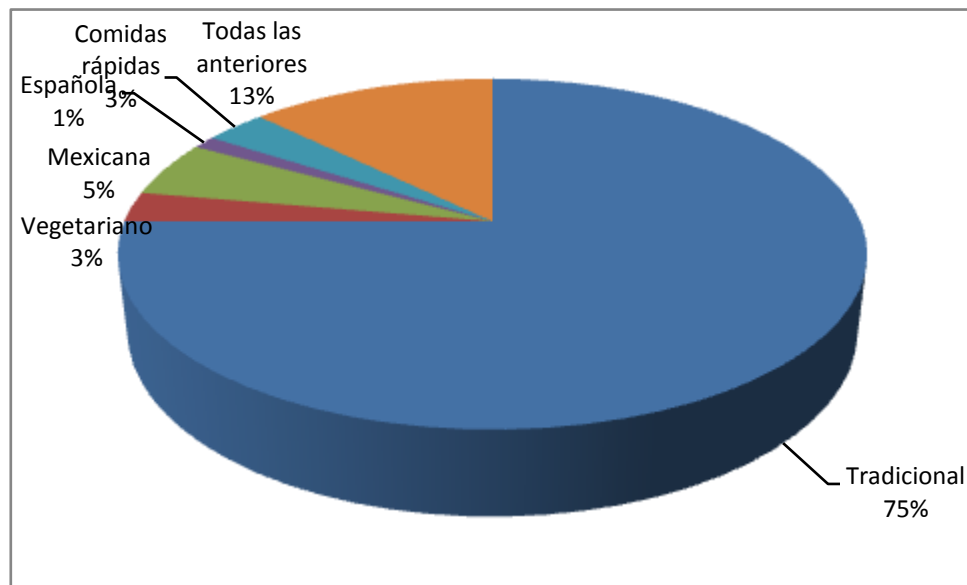
Con base en los resultados arrojados en el trabajo de campo, en cada comida la población encuestada que está tomando la alimentación por fuera de casa está invirtiendo \$15.000 promedio.

5. ¿Qué sitios frecuenta para tomar su alimentación?

Cuadro 8. Sitios que frecuenta para tomar alimentación.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Comida Tradicional	195	75%
Comida Vegetariana	7	3%
Comida Mexicana	13	5%
Comida Española	3	1%
Comidas rápidas	8	3%
Todas las anteriores	34	13%
<b>TOTAL</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>

Gráfica 9. Sitios que frecuenta para tomar alimentación



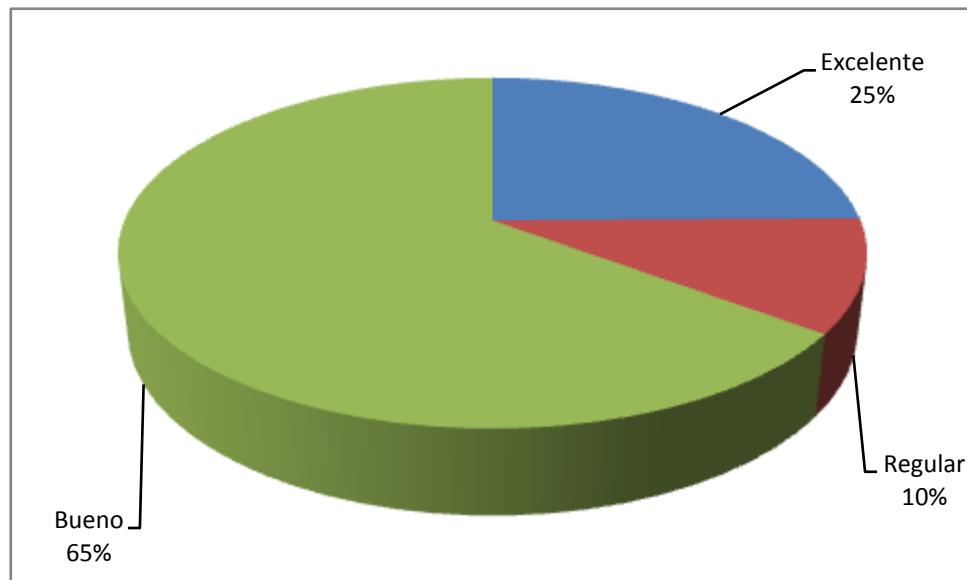
Los sitios que frecuenta la mayor parte de la población que toma alimentación fuera de casa son los restaurantes con ventas de comida tradicional, se pudo conocer que alternan con los sitios de ventas de comida vegetariana, mexicana, española y comidas rápidas, lo que permite conocer la variedad en el gusto de los clientes.

6. ¿Qué concepto le merece el sitio o lugar donde se ha alimentado?

Cuadro 9. Concepto sitio donde toma alimentación.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	65	25%
Bueno	169	65%
Regular	26	10%
<b>TOTAL</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>

Gráfica 10. Concepto sitio donde toma alimentación.



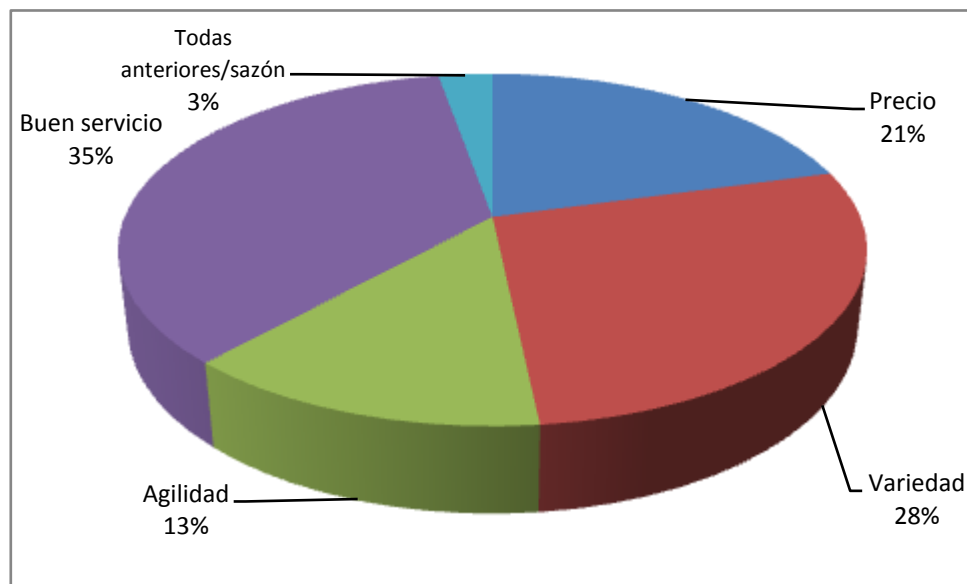
Se pudo conocer de la población encuestada que el sitio donde actualmente están tomando la alimentación es bueno para el 65% debido a que cuentan con un buen servicio, variedad en los alimentos ofrecidos, la comida es balanceada y se caracteriza por la higiene, para el 10% que consideran regular el servicio se debe a que la atención es demorada, las instalaciones no son adecuadas, lo que redundará frente a una higiene inadecuada, el 25% lo considera excelente pues cuenta con todas las normas para atención y presta un gran servicio.

7. ¿De los siguientes aspectos cuál es el determinante a la hora de elegir restaurante?

Cuadro 10. Aspecto determinante para escoger restaurante.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	74	21%
Variedad en el menú	99	28%
Agilidad	48	13%
Buen servicio	127	35%
Todas las anteriores-sazón	10	3%

Gráfica 11. Aspecto determinante para escoger restaurante.



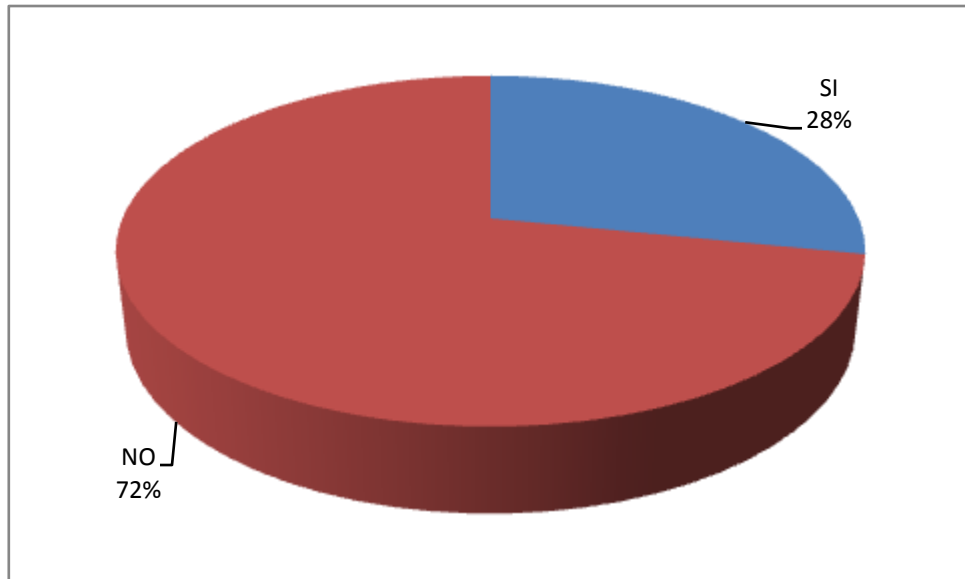
Al momento de elegir restaurante es notorio entre la población encuestada el buen servicio, siguiéndole la variedad del menú y las preparaciones de las comidas a ofrecer, se presentan otras variables pues consideran de mucha importancia no sólo uno sino varios aspectos, destacándose como de menor interés el precio y la agilidad.

8. ¿Ha tenido la oportunidad de conocer la venta de comidas por peso donde usted arma su plato pagando en función del peso de los alimentos que realmente va a consumir?

Cuadro 11. Conocimiento de restaurante de comida por peso.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	106	28%
NO	269	72%
<b>TOTAL</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>

Gráfica 12. Conocimiento de restaurante de comida por peso.



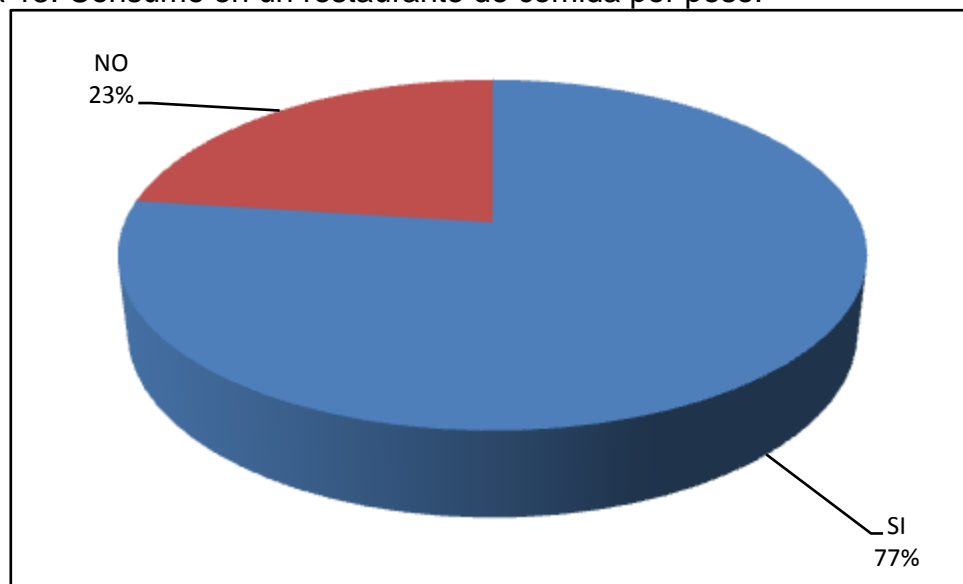
Con el trabajo de campo realizado se pudo conocer que la modalidad de ventas de comida por peso no es tan conocida a nivel local ya que no se encuentran restaurantes con esta modalidad, para el caso de las personas que han conocido este servicio manifiestan que ha sido en las ciudades de Bucaramanga en el restaurante Carnes del Potrero y otros comentan que lo han recibido en los almacenes de cadena de otras ciudades del país, pero solo para una sola clase de alimentos mas no para una comida completa.

9. ¿Si existiera en Barrancabermeja un restaurante de comida por peso compraría su alimentación en este lugar?

Cuadro 12. Consumo en un restaurante de comida por peso.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	289	77%
NO	86	23%
<b>TOTAL</b>	<b>375</b>	<b>100%</b>

Gráfica 13. Consumo en un restaurante de comida por peso.



Según lo respondido por los encuestados tanto de los que consumen por fuera alimentación de forma permanente o esporádica se pudo conocer que el 77% tomaría el servicio o consumiría en el restaurante de comida por peso por que se consume lo que se quiere, por conocerlo, por pagar sólo lo que se va a comer, por economía, por tener la facilidad de acceder a cantidades de comida controladas y variadas, por mantenerse en el peso ideal pues es una buena forma de controlarse encontrando ya preparado lo que el organismo requiere y también por salud. El 23% manifiesta que definitivamente no compraría en este restaurante ya que se encuentra conforme con el lugar donde actualmente está tomando la alimentación.

10. ¿Qué alimentos y en qué preparación compraría en él?

Cuadro 13. Alimentos a comprar.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>ARROZ</b>	30	9%
Blanco	7	40%
Con pollo	4	13%
Con verduras	12	23%
Con coco	5	16%
Con fideos	2	8%
<b>PAPA</b>	28	9%
Puré	4	14%
Gratinada	12	43%
Perejil	6	21%
Vapor	1	4%
Carbonara	1	4%
Francesa	4	14%
<b>PATAcón</b>	34	9%
Patacón verde	18	53%
Frito maduro	9	26%
Vapor verde	3	9%
Vapor maduro	4	12%
<b>PASTAS</b>	26	7%
Bolognesa	14	54%
Lasagna	10	38%
Carbonara	2	8%
<b>CARNES</b>	44	10%
Asadas	25	71%
Estofadas	15	43%
Res	10	30%
Pollo	10	30%
Cerdo	7	22%
Pez	6	18%
<b>CREMAS</b>	25	7%
Verduras	15	60%
Tomates	10	40%
<b>SOPAS</b>	35	9%
Sancocho	15	42%
Verduras	10	28%
Patacón	5	15%
Pastas	5	15%
<b>CAZUELAS</b>	30	9%
Bagre	15	50%
Mariscos	10	34%
Mixta	5	16%
<b>ENSALADAS</b>	43	10%
Crudas	25	62%
Al vapor	10	26%
Agridulce	5	12%
<b>BEBIDAS</b>	40	10%
Jugo de Frutas	25	62%
Gaseosas	10	26%
Aromáticas	5	12%
<b>POSTRES</b>	40	10%
Tortas	28	70%
Flanes	5	12%
Gelatinas	2	6%
Dulces	5	12%

Según las respuestas dadas por los encuestados, se quiere un menú variado prevaleciendo las ensaladas, carnes, bebidas y postres, de igual la forma de

preparación la prefieren diversa con una tendencia a lo asado, a fin de mantener una dieta balanceada.

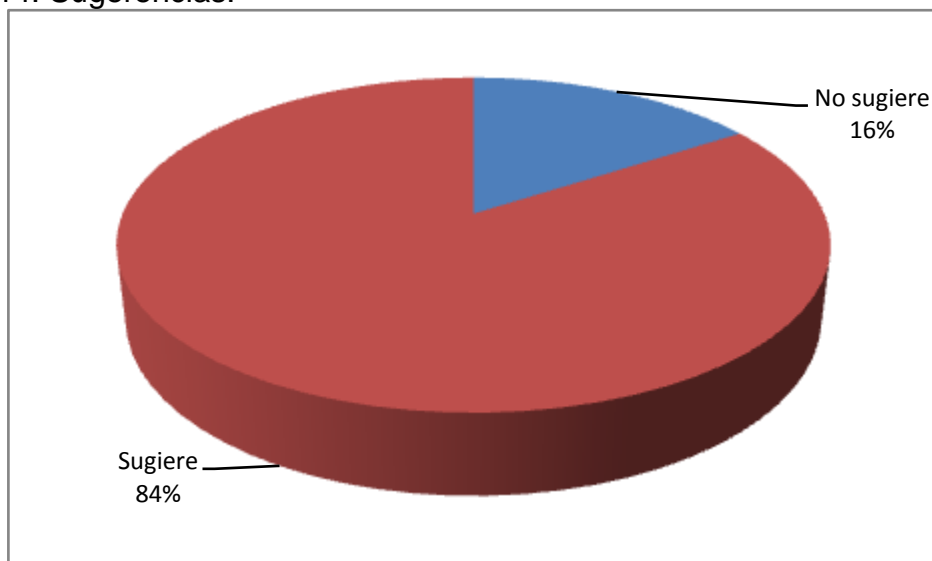
En cuanto a alimentos por separado en el arroz prefieren el de verduras, la papa gratinada, el plátano verde en patacón, las pastas bolognesa, carnes asadas, crema de verduras, sopas en sancocho, ensaladas crudas, como bebidas jugos de frutas y en postres las tortas.

11. ¿Qué sugerencias le haría usted a este lugar?

Cuadro 14. Sugerencias.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SUGIERE	242	84%
NO SUGIERE	47	16%
<b>TOTAL</b>	<b>289</b>	<b>100%</b>

Gráfica 14. Sugerencias.



Las sugerencias dadas por la población encuestada son las siguientes:

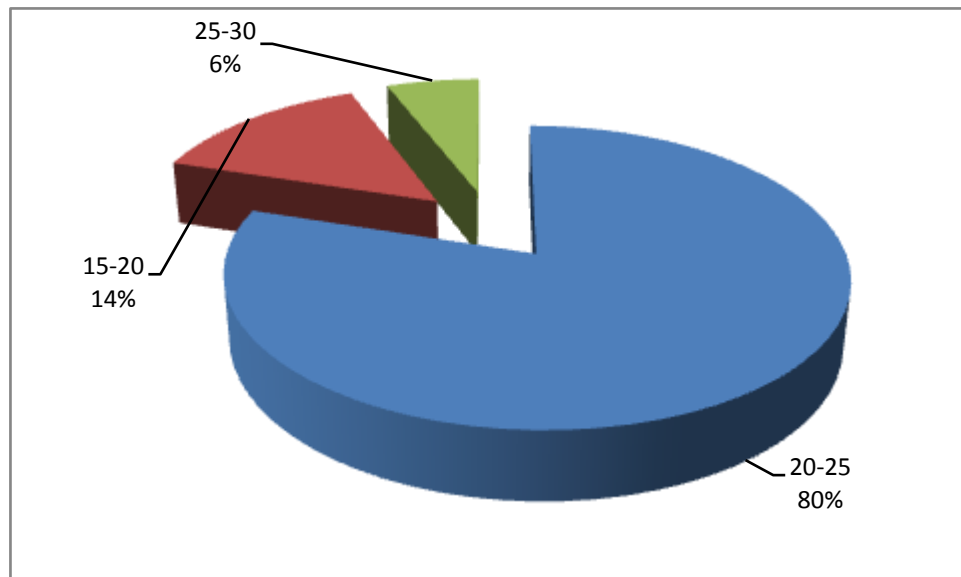
- Mantener buena higiene en la preparación e instalaciones físicas.
- Capacitar al personal en cuanto al servicio prestado.
- Excelente atención a los clientes.
- Calidad, variedad, buenos precios, buena sazón en los alimentos.
- Que haya servicio a domicilio.
- Buena decoración del lugar y que sea de ambiente familiar.
- Esté ubicado a la fácil vista de los clientes.
- Buena sazón y sitio con aire acondicionado.

12. ¿Cuántos días en el mes asistiría al nuevo restaurante?

Cuadro 15. Días del mes para asistir al nuevo restaurante.

Cantidad	Xi	Fi	Xifi	Hi	Xi(hi)
15-20	17	231	3.927	0.14	2.38
20-25	22	41	902	0.80	17.60
25-30	27	17	459	0.06	1.62
	66	289	19.094	1.0	21.60
<b>PROMEDIO</b>	<b>DÍAS</b>				<b>22 días</b>

Gráfica 15. Días del mes para asistir al nuevo restaurante.



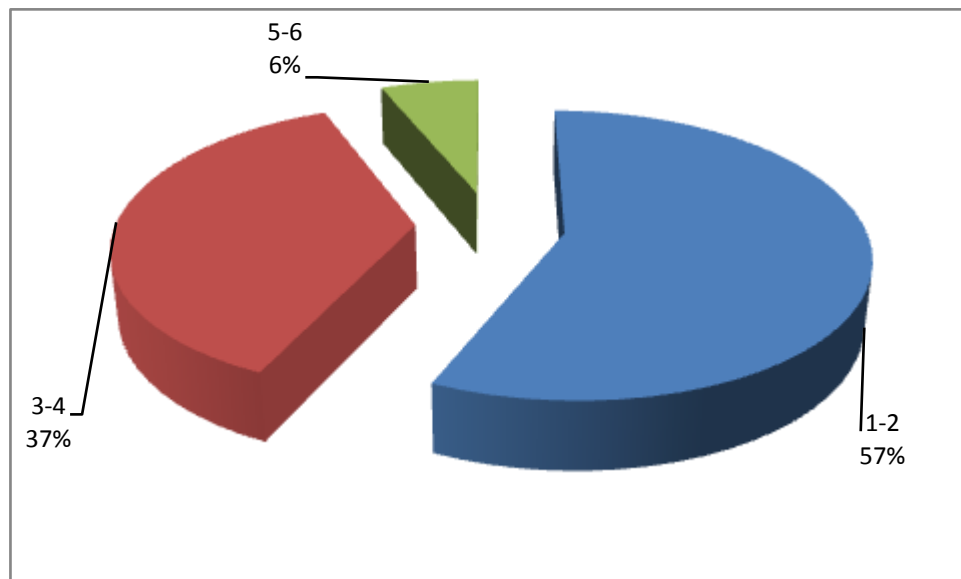
Son 22 los días que los encuestados manifestaron asistirían a un restaurante de comida por peso para tomar la alimentación fuera de casa, puesto que corresponde principalmente a los días laborales de lunes a viernes, algunos incluso de lunes a sábado.

13. ¿Con cuántas personas asistiría al nuevo restaurante?

Cuadro 16. Personas con las que asistiría al nuevo restaurante.

Cantidad	Xi	Fi	Xifi	Hi	Xi(hi)
1-2	1.5	231	347	0.80	1,2
3-4	3.5	58	203	0.20	0,7
		289	550	1.0	1,9
<b>PROMEDIO</b>	<b>personas</b>				<b>2</b>

Gráfica 16. Personas con las que asistiría al nuevo restaurante.



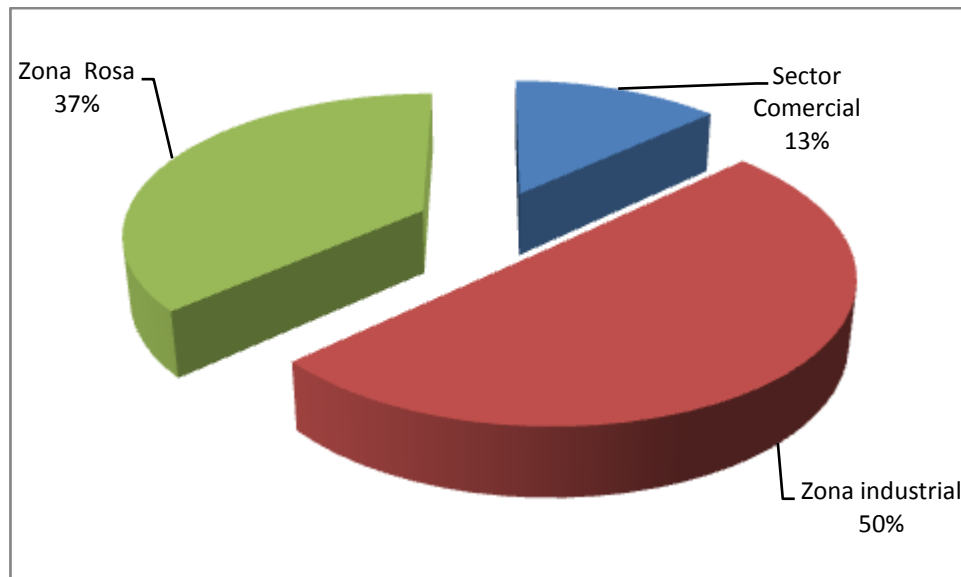
Según las respuestas dadas por los encuestados en promedio son dos personas del mismo hogar las que tomarían la alimentación fuera de casa, con la intención de escoger un restaurante tipo buffet de comida al peso.

14. ¿Dónde desearía que se ubicara?

Cuadro 17. Opinión sobre ubicación del restaurante.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sector Comercial	38	13%
Zona Rosa	145	37%
Zona Industrial	106	50%
<b>TOTAL</b>	<b>289</b>	<b>100%</b>

Gráfica 17. Opinión sobre ubicación del restaurante.



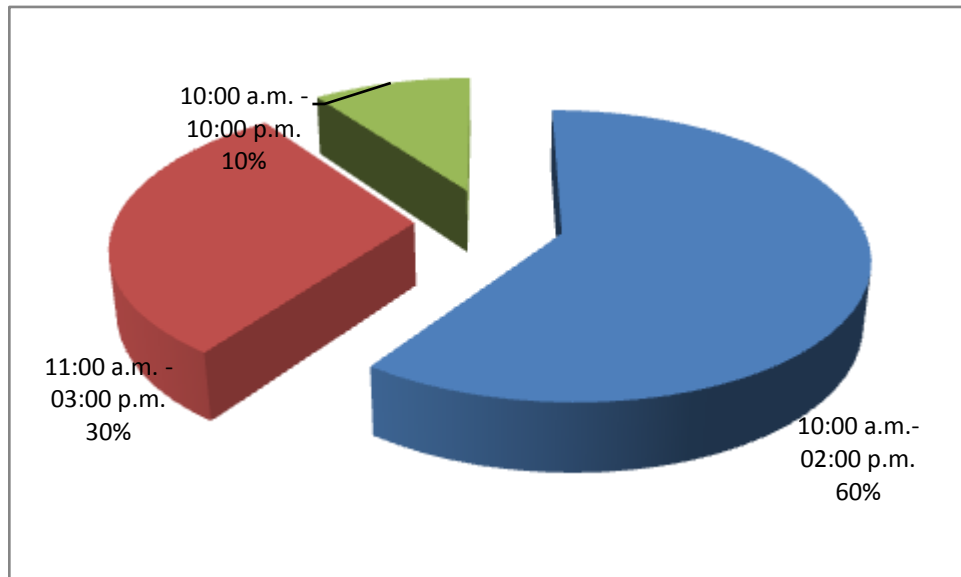
Dentro de las opciones escogidas por los encuestados para la ubicación del restaurante prevalecen la zona industrial ya que la mayor parte de la fuerza laboral a nivel local se encuentra en la refinería de ECOPETROL así como las contratistas en la misma zona, le siguen la intención según la ocupación laboral la zona rosa y por último con menor solicitud el sector comercial. Esto permite concluir que los posibles locales a valorar deben encontrarse en la zona industrial.

15. ¿Qué horario de atención desearía?

Cuadro 18. Horario sugerido para el restaurante.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10:00 a.m. – 02:00 p.m.	173	60%
11:00 a.m. – 03:00 p.m.	87	30%
10:00 a.m. – 10:00 p.m.	29	10%
<b>TOTAL</b>	<b>289</b>	<b>100%</b>

Gráfica 18. Horario sugerido para el restaurante.



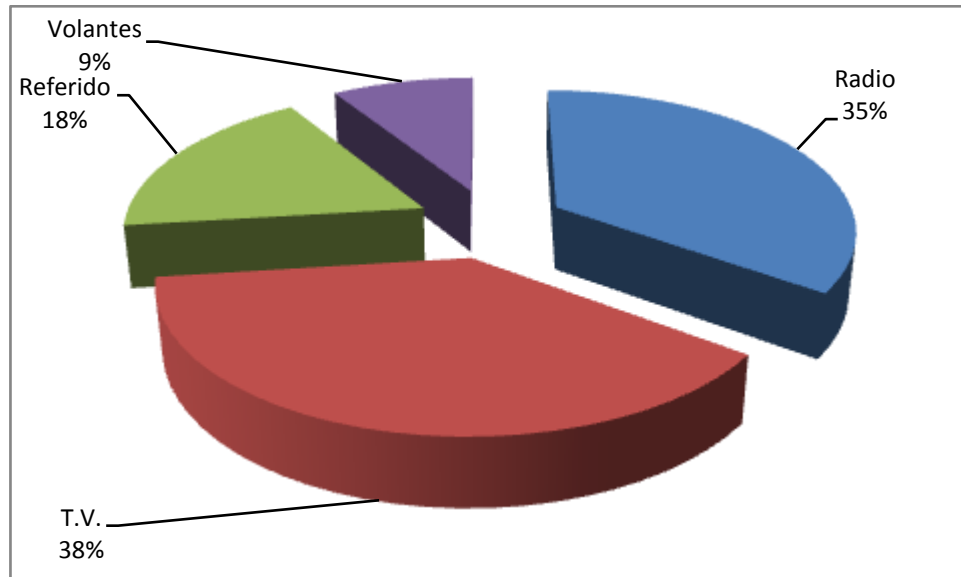
Dado el deseo del consumo preferiblemente del almuerzo por parte de las personas que toman su alimentación fuera de casa, el horario preferido para el funcionamiento del restaurante es el de 10:00 a.m. a 02:00 p.m., ya que la mayor fuerza laboral trabaja en el horario manejado por la refinería de ECOPETROL, de manera especial el personal de empresas contratistas por lo cual se toma esta hora para ofrecer el servicio de la alimentación.

16. ¿Cómo desearía enterarse del restaurante?

Cuadro 19. Publicidad para el conocimiento del restaurante.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	101	35%
Televisión	110	38%
Referido	52	18%
Volantes	26	9%
<b>TOTAL</b>	<b>289</b>	<b>100%</b>

Gráfica 19. Publicidad para el conocimiento del restaurante.



Dentro de los medios que esperan los encuestados para conocer sobre la creación del restaurante de comida por peso resaltan la televisión y la radio, encontrándose en menor medida los referidos y volantes.

**2.4.1.6 Conclusiones de la investigación de mercados.** Una vez realizado el trabajo de campo se pudo conocer que de la población encuestada en los hogares de Barrancabermeja de los estratos 3, 4 y 5 están tomando alimentación fuera de casa el 69% de los cuales son sólo dos miembros del hogar, principalmente el padre o madre de casa, por motivos laborales, generalmente es el almuerzo, para el caso de las cenas estas son preferiblemente los fines de semana, dejando un presupuesto promedio de \$15.000 para cada comida.

En lo referente a la modalidad de comida escogen los restaurantes que ofrecen preparaciones de comida tradicional, de los cuales consideran prestan un buen servicio.

En cuanto a la comida por peso aún no se encuentran sitios que ofrezcan ventas en esta particularidad, de la cual los encuestados manifiestan que conocen poco y de existir este tipo de negocios el 77% compraría en él variadas comidas, encontrándose entre las más solicitadas las carnes asadas, arroz con verduras, ensaladas crudas, jugos de frutas; hacen sugerencias al lugar como lo son ubicación donde pueda ser visto fácilmente por la clientela, cuente con buena higiene, prestación de un buen servicio que involucre a todo el recurso humano en el conocimiento de la nueva modalidad y los platos a ofrecer.

Con respecto a los encuestados que manifestaron intención de compra en un restaurante de comida al peso se pudo conocer que desean asistir 22 días al mes con la presencia de 2 personas promedio; prefieren como sitio óptimo la ubicación del restaurante en la zona industrial, prefiriendo el horario de 10:00 a 02:00 p.m., escogiendo como medio para enterarse de la creación del restaurante los medios radial y televisivo principalmente.

En cuanto a la oferta y de acuerdo a la investigación realizada, se evidencia que no existen en la ciudad restaurantes con la modalidad de comida por peso; la oferta se da de forma indirecta por restaurantes con servicio convencional de platos ya establecidos en la carta.

**2.4.2 Estimación de la demanda.** Considerando que en la actualidad no existe en la ciudad de Barrancabermeja un restaurante tipo buffet con exclusividad de comida por peso, ni registros estadísticos sobre este tipo de negocios ni de la cultura alimenticia, la estimación de la demanda se halla teniendo en cuenta los resultados del trabajo de campo, analizando la intención de compra en el nuevo restaurante el cual corresponde al 77% de los hogares donde alguno de sus miembros toma la alimentación fuera de casa, en los cuales se encuentra que dos personas asistirían al nuevo restaurante, 22 días del mes quienes van a consumir principalmente el almuerzo.

Por lo tanto, con base en las respuestas dadas por los encuestados se estima que de los 15.072 hogares el 77% sólo espera tomar 1 comida que sería el almuerzo por parte de dos de sus miembros, por 22 días en el mes. Valores que se presentan en el siguiente cuadro:

Cuadro 20. Estimación de la demanda.

No. viviendas	% requiere	Total	Cantidad	Días del mes	Sub-total
15.072	77%	11.605	2	22	510.639
<b>Sub-total mes</b>					510.639
<b>TOTAL AÑO</b>			12		<b>6.127.672</b>

**2.4.3 Evolución histórica de la demanda del producto.** Debido a que no existen ni se encuentran datos estadísticos sobre la frecuencia y presencia de restaurantes de comida tipo buffet de comida por peso, no presenta evolución histórica de este servicio. Se parte del conocimiento sobre la necesidad del servicio de alimentación.

**2.4.4 Proyección de la demanda.** Dado que el consumo analizado es de alimentación en los hogares de Barrancabermeja, se tiene en cuenta para la proyección de la demanda del servicio el índice de crecimiento de la población (hogares) que es del 1.02%<sup>46</sup>, ya que son éstos los que están tomando alguno de los miembros de la familia la alimentación fuera del hogar, proyección que se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro 21. Proyección de la demanda anual.

ITEM	CONSUMO ANUAL	% INCREMENTO	CONSUMO MAS INCREMENTO
AÑO 1	6.127.672	1,02%	6.190.175
AÑO 2	6.190.175	1,02%	6.253.314
AÑO 3	6.253.314	1,02%	6.317.098
AÑO 4	6.317.098	1,02%	6.381.533
AÑO 5	6.381.533	1,02%	6.446.624

## 2.5 LA OFERTA

**2.5.1 Análisis de la situación actual de la competencia.** Se pudo conocer por las respuestas dadas por los encuestados que en Barrancabermeja no existe la modalidad de restaurante de comida por peso o por kilo, por lo tanto se concluye que a nivel local no se presta este servicio, los que la han conocido ha sido en ciudades como Bucaramanga en el restaurante carnes del potrero, Bogotá Lissto Gourmet y almacenes de cadena del país.

**2.5.2 Proyección de la oferta.** Debido a la falta de presencia de restaurantes con la modalidad de ventas de comida por peso, no se puede realizar una proyección de la oferta para hacer este análisis. Se observa que la oferta de este servicio en la ciudad es de gran acogida según lo respondido por los encuestados es del 77%, por su falta de presencia a nivel local.

<sup>46</sup>ALCALDÍA MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA. Oficina de Planeación Municipal. Revista Barrancabermeja en cifras 2004-2005. p.15-20.

## 2.6 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA

Para analizar la demanda insatisfecha se parte de lo respondido en la pregunta 6. Sobre el concepto del servicio recibido del actual lugar donde consume los alimentos de los cuales el 10% lo considera regular debido a que la atención es demorada, las instalaciones no son adecuadas, lo que redundo frente a una higiene inadecuada y no se presenta la modalidad por peso, tomándose este segmento como insatisfecho, hallándose de la siguiente forma:

DEMANDA DEL SERVICIO	69%	6.127.672
OFERTA A SATISFACCIÓN	90%	5.514.905
DEMANDA INSATISFECHA	10%	612.767

## 2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Los canales de comercialización cumplen con la función de facilitar la distribución y entrega de productos y servicios al consumidor final. Los canales de comercialización pueden ser directos o indirectos.

**2.7.1 Estructura de los canales actuales.** Para la comercialización de la comida por peso, se usa el canal directo SERVICIO – CONSUMIDOR, siendo el restaurante el encargado de efectuar la comercialización y entrega de productos al cliente.

**2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales.** Dentro de las ventajas y desventajas más importantes que tiene este canal directo están:

### -Ventajas.

- Se evita el intermediario, el productor trata de manera directa con el consumidor.
- Rápida recepción de los requerimientos del servicio.
- Fácil canalización de sugerencias e inquietudes, lo cual permite satisfacción al cliente en lo que requiere.
- Mayor contribución marginal.
- Máxima promoción.

### -Desventajas.

- Financiamiento directo de las ventas.
- Mayor inversión de activos fijos.

**2.7.3 Selección de los canales de comercialización.** Los canales de comercialización son las vías a través de las cuales se llevan a cabo las ventas y se distribuyen los productos.

La decisión de elegir canal es muy importante, algunos productos y servicios se venden mejor de una manera y otros de otra.

El Canal directo (Productor - consumidor), es el canal más breve y simple para distribuir bienes de consumo y no incluye intermediarios, este canal le da al productor un gran control sobre la condición y precio del servicio, así como mayor participación en las utilidades, por lo cual se utilizara como canal de comercialización para el caso del restaurante el canal directo, SERVICIO – CONSUMIDOR.

Gráfica 20. Canal de comercialización.



Fuente: Cilveti Puche, Carlos. Foto Restaurante-Buffer. Foto Capt. Mark A. Recuperado mayo 11 de 2011. Disponible en: <http://blogs.grupojoly.com/la-mar-de-historias/tag/barco-casino/>

## 2.8 PRECIOS

Las decisiones de una empresa sobre la fijación de precios son influidas tanto por factores internos como por factores ambientales externos.

Entre los factores internos se incluyen los objetivos de mercadotecnia, los costos y la organización.

Los factores externos son el mercado y la demanda, la competencia y otros factores ambientales.

**2.8.1 Análisis de precios.** La investigación de mercados permitió conocer que en promedio la población encuestada pagaría por un plato de comida por peso en el restaurante \$15.000. A continuación se presentan los precios ofrecidos en restaurantes de Barrancabermeja por comidas.

Cuadro 22. Precio de servicios de comida en Barrancabermeja.

RESTAURANTE	VALOR ALMUERZO
Restaurante La Cazuela	\$ 35.000
Restaurante El Machín	\$ 20.000
Restaurante Rodizzio Siete	\$ 30.000
Restaurante. Barbacoas Express	\$ 30.000
La Fragata restaurante	\$ 30.000
Casa Blanca	\$ 14.000
El Portal	\$ 15.000
Restaurante Asados carbón de leña	\$15.000

Fuente: Cotizaciones varias.

Adicionalmente se investiga y el precio cobrado por la oferta en otras ciudades cercanas oscila entre \$15.000 y \$35.000, para un peso promedio de 500 grs.

Cuadro 23. Precios en otras ciudades del servicio de comida por peso.

RESTAURANTES	CIUDAD	VALOR ALMUERZO
Restaurante. Lissto Gourmet	Bogotá	\$14.000 x libra
Restaurante. Carnes del potrero	Bucaramanga	\$20.000 libra de carne

Fuente: Cotizaciones varias.

**2.8.2 Estrategias de fijación de precios.** Las estrategias están en función de: estimar de acuerdo a los costos que genera para el restaurante el servicio de comida al peso, las utilidades esperadas; además de los precios de la competencia, la fijación de los precios se basa en los costos y además se comparan con los precios que los clientes estarían dispuestos a pagar y con los que los competidores tienen en sus cartas.

## 2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

### 2.9.1 Objetivos.

- Dar a conocer los servicios ofrecidos por el restaurante en Barrancabermeja.
- Crear necesidad de compra en la población de Barrancabermeja.
- Incrementar las ventas y las utilidades de la empresa.

- Posicionar el servicio y propiciar la aptitud de consumo de los servicios a ofrecer en el restaurante tipo buffet de comida al peso.

**2.9.2 Logotipo.** El logotipo de la empresa está conformado por su nombre, KILO GOURMET. En este se encuentra la imagen del chef que se puede traducir como sinónimo de buen comer, seguido del lema “PESE Y PAGUE Sirva lo que quiera y pague lo que pesa” que ilustra sobre la razón de ser de la empresa y logra recordación de marca.

Los colores aplicados son vivos como el naranja y blanco en el fondo y el verde en la palabra KILO, colores que reflejan frescura, salud, limpieza, elegancia, modernidad y gran impacto visual.

El logotipo de la empresa se presenta en la siguiente figura:

Gráfica 21. Logotipo de restaurante KILO GOURMET:



Fuente: Autoras del proyecto.

**2.9.3 Lema.** El lema de la empresa es: “PESE Y PAGUE, Sirva lo que quiera y pague lo que pese”.

Explicación del lema: Pretende revelar al consumidor el servicio del restaurante, ya que se está creando un nuevo concepto en comida tipo buffet en el que se paga en función de lo que pese, lo que se haya elegido y así deleitar los más exquisitos paladares, todo lo que se quiera comer por peso.

**2.9.4 Análisis de medios.** En la ciudad de Barrancabermeja se disponen de medios de publicidad tales como: radiales, impresos o escritos, Audiovisuales, Multimedia.

Se hizo teniendo en cuenta los que emplean actualmente restaurantes de la ciudad y teniendo en cuenta como se entera la población encuestada de los proveedores de servicios de alimentación.

- **Radiales.** Emisoras Amplitud Modulada (AM) y Frecuencia Modulada (FM). En la ciudad se cuenta con emisoras en las frecuencias a.m y f.m, de las cuales las de mayor sintonía son, Yariguies Stereo, Radio Uno y Emisora la Voz del Petróleo.

- **Impresos o escritos.** Prensa escrita, volantes, Brochure o Portafolios de servicios, pasacalles, pendones, vallas, directorio telefónico, avisos, tarjetas de presentación.

En Barrancabermeja se conocen varios periódicos, El Espectador, Vanguardia Liberal Q'Hubo, La Noticia y El Frente.

En cuanto a volantes, Brochure o Portafolios de servicios, pasacalles, pendones, vallas, directorio telefónico, avisos, tarjetas de presentación, localmente se cuenta con varias empresas litográficas y de diseño litográfico para realizar publicidad por los medios mencionados.

- **Audiovisuales.** Televisión, cine.

Barrancabermeja cuenta con dos canales de televisión local CANAL LOCAL DE T.V. TELEPETROLEO y ENLACE TELEVISIÓN, ambos de alta audiencia y gran aceptación en la ciudad.

También Barrancabermeja cuenta con seis salas de cine Cinépolis, en el centro comercial san silvestre, cuatro para formato 35 mm y dos para 3D, en estas salas se puede hacer publicidad como anuncios en las pantallas de cine CINEMINUTOS, publicidad en canastas de crispetas, en boletos de cine PUBLICIDAD EN MANO, las salas tienen gran auge en la ciudad debido a que hace alrededor de quince años no contaban con salas de cine los barranqueños, estas fueron inauguradas a finales de diciembre de 2010.

- **Multimedia.** Internet, televisión satelital.

La novedad de publicidad en Internet se encuentra, principalmente, en el medio o soporte de la actividad publicitaria al que se tienen que adaptar las técnicas publicitarias. La publicidad en Internet se lleva a cabo mediante técnicas

específicas conformes a las características del medio. Entre estas nuevas técnicas o modos de hacer publicidad destacan: Banners: Ventanas de Internet que se integran como parte de una página web y que se utiliza como soporte del mensaje publicitario.

Los banners pueden ser estáticos (similar al cartel publicitario que se incorpora en los medios de comunicación escrito) o dinámicos (similares a los anuncios publicitarios que se emiten en los medios de comunicación audiovisuales, pero con una relevancia mínima o inexistente del sonido como parte del mensaje).

También encontramos los Pop up, Keyword banners, Correo electrónico comercial, Web de marca o empresa, Juegos publicitarios, Videos publicitarios, blog y las redes sociales como el Facebook, Twitter, My Space, hi5, badoo, entre otras.

**2.9.5 Selección de medios.** Teniendo en cuenta la población para la cual va dirigida la presente investigación, los medios que más se adaptan son:

- **Radiales.** Emisora (Yariguies Stereo), Impresos o escritos: (Tarjetas de presentación, Pasacalles, avisos exteriores, volantes y directorio telefonico), Audiovisuales: Televisión (Enlace Televisión) y Multimedia: Internet (Redes sociales, correo electrónico).

Por lo general, una mezcla de medios radiales, impresos, televisivos e Internet, es la solución ideal para muchas nuevas empresas que buscan llegar a un mayor número de potenciales compradores.

**2.9.6 Estrategias publicitarias.** La estrategia publicitaria se realizara en dos etapas, una de lanzamiento, antes de abrir las puertas del restaurante al público y otra de operación, una vez el restaurante haya iniciado labores.

- **Publicidad de lanzamiento de la empresa.** Teniendo en cuenta que el lanzamiento de una publicidad suele ser la carta de presentación de toda empresa, generalmente lo que se busca es que la misma tenga un gran impacto, y debemos decir que una buena manera para lograr esto es invitar a todos los clientes potenciales del producto a que lo compren así sea para probarlo únicamente. Se llevara a cabo de la siguiente manera:

-Pauta en radio y televisión.

-Tarjetas de presentación.

-Pasacalles y aviso exterior.

-Volantes, los cuales serán repartidos a los compradores potenciales y la población en general de Barrancabermeja.

-Internet. Crear perfil del restaurante en Facebook, publicando información a cerca de la dirección, servicios, fecha de apertura, logotipo, menús, además publicar anuncio y crear un grupo, envié de correos electrónicos como presentación formal con el logotipo, lema y datos de reconocimiento del nuevo restaurante.

Todo lo anterior se llevara a cabo treinta días anteriores al lanzamiento y apertura del restaurante.

- **Publicidad de operación.** Esta publicidad servirá para mantener el restaurante tipo buffet de comida al peso en el municipio de Barrancabermeja, con altos niveles de ventas y mejorar constantemente la imagen corporativa buscando un mayor posicionamiento de la empresa y sus servicios en el mercado de la ciudad.

Además del contacto permanente con los clientes a diario y la búsqueda de referidos, se seguirán realizando las siguientes estrategias:

-Pautas en radio y televisión.

-Tarjetas de presentación.

-Internet. Se mantendrá actualizado el facebook, así como el envié de correos electrónicos, para dar a conocer los menús de la semana y las promociones recientes, enviando a contactos recomendados como posibles consumidores y fidelizando a los clientes.

**2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción.** Se realiza teniendo en cuenta las estrategias de lanzamiento y operación que se diseñan, con base en las cotizaciones solicitadas.

#### **2.9.7.1 Presupuesto de lanzamiento.**

Cuadro 24. Presupuesto publicidad de lanzamiento.

<b>PUBLICIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
Pauta radial Yariguies estéreo f.m	2 cuñas diarias de 20 seg.	\$ 300.000
Pauta en televisión	2 emisiones diarias de L-V	\$ 360.000

Cuadro 24. Presupuesto publicidad de lanzamiento.

<b>PUBLICIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
Tarjetas de presentación	1000	\$ 75.000
Pasacalle	1	\$ 60.000
Aviso para exterior en Panaflex	1	\$ 600.000
Volantes, diseño e impresión, con logo a dos tintas.	1000	\$ 60.000
Internet, servicio de modem inalámbrico, movistar.	1	\$ 39.900
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1.494.900</b>

Fuente: Cotizaciones varias.

**2.9.7.2 Presupuesto de Operación.** Con base en las cotizaciones recibidas, se establece el presupuesto de publicidad y promoción para la estrategia de operación relacionado en el cuadro a continuación:

Cuadro 25. Presupuesto publicidad de Operación.

<b>PUBLICIDAD</b>	<b>PERIODO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL MES</b>	<b>TOTAL AÑO</b>
Pauta radial Yariguies stereo f.m.	Trimestral Año 1 al 5	2 cuñas diarias de 20 seg. \$ 300.000 trimestral	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Pauta en televisión	Semestral Año 1 al 5	2 emisiones diarias de L-V \$ 360.000 semestral	\$ 60.000	\$ 720.000
Tarjetas de presentación	Global Año 1 al 5	1000	6.250	\$ 75.000
Internet, servicio de modem inalámbrico, movistar.	Mensual Año 1 al 5	Mensual \$39.900	\$ 39.900	\$ 478.800
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 206.150</b>	<b>\$ 2.473.800</b>

Fuente: Cotizaciones varias.

## 2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

Con la realización del estudio de mercados se concluye que:

En el 69% de los hogares de Barrancabermeja, se consume la alimentación fuera del hogar por parte de dos miembros, debido a los compromisos laborales y poco tiempo permitido para esta labor, tomando fundamentalmente el almuerzo y

dejando para los fines de semana el consumo con fines de integración familiar ya sea al mediodía o en las horas de la tarde.

El 75% de los encuestados que consumen alimentos por fuera de casa está comiendo comida tradicional, considerando los lugares a los cuales asiste buenos.

De los aspectos para la elección de un restaurante para la población encuestada prima el buen servicio, le siguen la variedad y el precio.

Sólo el 28% de los encuestados ha consumido comida por peso pero fuera de la ciudad, aunque el 77% muestra gran interés por el consumo de alimentos por peso prevaleciendo en el deseo de ensaladas, carnes asadas, bebidas y postres a fin de mantener una dieta balanceada.

De los encuestados que muestran la intención de compra en el nuevo restaurante se pudo conocer que asistirían 22 días al mes con un promedio de dos personas, manifestando predilección por la ubicación del restaurante en la zona industrial en el horario de 10:00 a 02:00 p.m. prefiriendo conocer sobre este por medio de la publicidad televisiva y radial.

No existe oferta de restaurante de comida por peso en la ciudad y la que han manifestado conocer los encuestados son en la ciudad del Bucaramanga carnes del potrero y Lissto Gourmet en la ciudad de Bogotá.

Los precios para comidas que están en un peso aproximado de 500 gramos en restaurantes tradicionales están entre los \$14.000 y \$35.000 pesos.

Todos estos aspectos permiten o dejan entrever concluir la viabilidad del proyecto desde el punto de vista del mercado.

### 3. ESTUDIO TÉCNICO

#### 3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

**3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.** El tamaño del proyecto para la prestación del servicio de restaurante tipo buffett de comida por kilo en Barrancabermeja, parte de la demanda que se encuentran insatisfecha la cual asciende a 612.767 suministros de alimentación anuales, 51.064 mensuales, que corresponden en promedio a 1.702 comidas diarias.

**3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto.** Corresponden a los factores que determinan el tamaño de un proyecto los siguientes:

**3.1.2.1 La demanda.** Según lo encontrado en la investigación de mercados el 77% de los hogares encuestados muestra intención de compra por parte de dos de los miembros de la familia, los cuales toman la alimentación fuera de casa. Por lo tanto, partiendo del total que corresponde a 15.072 la demanda del 77% corresponde a 11.605 núcleos familiares a nivel local, comprobándose la demanda permanente en el consumo de alimentos fuera de casa, factor que no presenta limitantes para el proyecto.

**3.1.2.2 La disponibilidad de insumos.** Debido a que el servicio a prestar es el suministro de alimentos listos para el consumo requiriéndose frutas, verduras, carnes granos etc., se analiza que éstos son de fácil consecución en las diversas plazas y supermercados de la ciudad y favorecen la puesta en marcha del restaurante.

**3.1.2.3 Recurso humano.** Aquí es importante tener en cuenta las dos facetas que son la operativa donde se requieren cheff, auxiliares de cocina, cajeros etc., y la administrativa, donde se debe contar con secretaria administrador, auxiliar de servicios varios, entre los más importantes, este es fácil consecución debido a que existen instituciones no formales y universitarias que preparan personal en estas áreas, aspecto que no presenta limitaciones para el proyecto.

**3.1.2.4 Disponibilidad de tecnología y equipos.** Para el desarrollo de este tipo de servicio se requieren estufas, hornos, batidoras, picadoras industriales, utensilios de cocina, marmitas y licuadoras entre otros, aunado a las necesidades administrativas como impresoras, equipos de cómputo, de los cuales hay disponibilidad tanto a nivel local como nacional, no siendo este factor preocupante el cual se torna sin limitaciones para este proyecto.

**3.1.2.5 Localización.** Kilo Gourmet, se ubica en el municipio de Barrancabermeja, preseleccionando tres sitios, valorados por el método de valoración por puntos, de donde se escoge el lugar óptimo, aspecto que no es una limitante para el proyecto.

**3.1.2.6 Financiamiento.** Para la puesta en marcha del proyecto se cuenta con recursos propios por parte de los socios, así mismo se considera la consecución de recursos económicos a través entidades bancarias.

### **3.1.3 Capacidad del proyecto.**

**3.1.3.1 Capacidad diseñada.** Corresponde a la cantidad máxima posible en la preparación de comidas e implementos a utilizar en el momento de atender el número de almuerzos a vender en un período determinado. Para el caso del restaurante Kilo Gourmet, se diseña atender diariamente 150 personas, que son las comidas diarias máxima que pueden prepararse, tomando como parámetro ganarse un mercado de 100 personas inicialmente, prestando el servicio de lunes a domingo de 10 a.m. a 2 p.m., puesto que es el horario donde se requiere más el servicio, debido a que las personas que se ausentan de sus hogares por motivos laborales, son la clase trabajadora. Con base en las 150 preparaciones por día se llevan a una atención los 365 días del año, las cuales cuantificadas dan  $150 \times 365$  días del año igual a 54.750 comidas anuales diseñadas.

De acuerdo al número de comidas con disponibilidad de atender diariamente que ascienden a 150 preparaciones diseñadas se requiere de un talento humano operativo de 1 jefe de cocina que se va a encargar de coordinar el suministro de la materia prima, la escogencia de los ingredientes necesarios para las preparaciones diarias, adobo de carnes y cumplimiento de otras labores por parte de los auxiliares de cocina que se estiman en tres, uno para lavado y picado de verduras y frutas, preparación de ensaladas, el segundo para cocción de proteínas y el tercero para preparación de carbohidratos, acorde a los alimentos de mayor consumo.

Cabe aclarar, que el servicio es tomado por el cliente quien selecciona una bandeja y escoge lo que quiere consumir (estilo buffet-no requiere meseros), pasando a la respectiva báscula; allí recibe el ticket de pago para posteriormente cancelar en caja.

Para la atención en báscula y caja se escogen 3 auxiliares de báscula previendo la atención de 150 personas para los cuales se analiza que para empresas derivadas de la actividad petrolífera el horario de almuerzo es de 10:30 a.m. a 12 m., por lo cual los trabajadores están llegando al restaurante escogido a las 10:35 a.m. y deben estar de vuelta a las 11:30 a.m. y los demás tipos de empresas manejan horario de 12 m. a 2 p.m.; estas personas toman su alimentación en el horario de 12:30 a 1:30 p.m., lo que permite concluir que son 2 las horas de mayor afluencia del público para lo cual se tiene el total diseñado 150 clientes entre 2 es igual a 75 clientes a atender por hora. Por lo tanto, 75 clientes para ser atendidos en el 1.25 que gasta una persona en el proceso de pesaje y entrega del ticket de pago requiere de 3 auxiliares de báscula para terminar la atención de éstos en 31.25 minutos aproximadamente y les quede tiempo para el consumo.

Para los pagos en caja se analiza 75 personas entre 2 cajeras pueden atender 37 personas cada una con una duración aproximada de 1 minuto es decir que en 37 minutos con dos cajeras se habrán atendido los clientes diseñados a atender.

Con la capacidad diseñada y la atención por hora para 75 clientes, estos se dividen en 4 puestos en los que se pueden acomodar en una mesa, resultando el requerimiento de 19 mesas las cuales se aproximan a 20 que con 4 puestos deben adquirirse 80 sillas llevándolas a 100 por alguna requisición de silla adicional para efectos de algún almuerzo grupal especial.

**3.1.3.2 Capacidad instalada.** Se refiere esencialmente a la definición de los niveles de atención. Se analiza la capacidad diseñada instalando sólo el 90% que corresponde a  $150 \times 90\% = 135$  personas diarias. Estas se llevan a 365 días del año igual a 49.275 personas anuales instaladas para ser atendidas, prestando el servicio de lunes a domingo de 10 a.m. a 2 p.m.

Para la capacidad diseñada ya que es menor pero muy cercana a la instalada se estima el mismo talento humano así como el número de mesas y sillas

**3.1.3.3 Capacidad utilizada.** Depende de la capacidad a preparar y de lo que se quiere ir incrementando cada año en ventas; para Kilo Gourmet se estima la atención de 105 personas diarias e ir incrementando cada año un 5% quedando que para el año 2  $105 \times 5\% = 110$ , para el año tres  $110 \times 5\% = 115$ , para el año cuatro  $115 \times 5\% = 120$ , para el año cinco  $120 \times 5\% = 126$ , que llevados a los 365 días del año corresponden a 38.325 el año 1, 40.150 el año 2, 41.975 el año 3, 43.800 el año 4, 45.990 para el año 5; prestando un servicio de lunes a domingo de 10 a.m. a 2p.m. Se mantiene el mismo talento humano, mesas y sillas diseñadas.

Ver el resumen de la capacidad del proyecto para el servicio de restaurante del primer al quinto año en el siguiente cuadro:

Cuadro 26. Capacidad del proyecto (personas a atender por año).

CAPACIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DISEÑADA	54.750	54.750	54.750	54.750	54.750
INSTALADA	49.275	49.275	49.275	49.275	49.275
UTILIZADA	38.325	40.150	41.975	43.800	45.990
% UTILIZADA	78%	81%	85%	89%	93%
%OCIOSA	22%	19%	15%	11%	7%

## 3.2 LOCALIZACIÓN

**3.2.1 Macrolocalización.** Para la puesta en marcha del restaurante kilo gourmet en Barrancabermeja se selecciona el Departamento de Santander, exactamente en el Municipio de Barrancabermeja. El croquis de la macrolocalización se presenta en el **anexo B**.

**3.2.2 Microlocalización.** Corresponde a la selección del sitio más adecuado para la puesta en marcha del restaurante, el cual es evaluado por el sistema de valoración por puntos, está relacionado con la jerarquización de factores cuantitativos así:

- Se Listan los factores relevantes.
- Se asigna un valor a cada factor para indicar su importancia relativa (los pasos deben sumar uno) y el valor asignado depende exclusivamente de los investigadores.
- Se asigna una escala común a cada factor y elige un mínimo.
- Se califica a cada sitio potencial de acuerdo con la escala.
- Se designa y multiplica la calificación por el valor.
- Se suma la puntuación de cada sitio y se elige el de máxima puntuación.

Para el análisis se tienen en cuenta lugares con espacios grandes como lo son casas, las cuales se encuentran en zonas cercanas a los puntos de salida y ubicación de empresas contratistas de la ciudad de Barrancabermeja.

❖ **CASA 1.** Calle 71 No. 19-75 B. La Libertad.

Canon: \$1.800.000, inmobiliaria Roberto Ogliastri.  
Servicios públicos: Agua, luz, gas, teléfono.  
Área: 10 mts. de frente por 30 mt. de fondo.  
Vías de comunicación: Fácil acceso.  
Distribución: 3 habitaciones, salacomedor, garaje, 2 baños, cocina, patio, una segunda planta sobre 2 habitaciones.

❖ **CASA 2.** Carrera 29 No. 71-72 B. La Floresta.

Canon : \$1.500.000, arrienda propietario.  
Servicios públicos: agua, luz, gas y teléfono.  
Área: 9 mts. de frente por 27 mts. de fondo.  
Vías de comunicación: Fácil acceso.  
Distribución: 4 habitaciones, salacomedor, garaje, dos patios, 3 baños, cocina, un solo piso.

❖ **CASA 3.** Calle 64 No. 20 A 32 B. Parnaso.

Canon: \$1.500.000, arrienda propietario.  
 Servicios públicos: agua, luz, gas y teléfono.  
 Área: 10 mts. de frente por 15 mts. de fondo.  
 Vías de comunicación: Fácil acceso.  
 Distribución: 3 habitaciones, 4 baños, salacomedor, garaje, un patio, cocina, un solo piso.

Para la evaluación se escogieron los siguientes factores:

- Ubicación.
- Amplitud.
- Canon.
- Acabados.
- Servicios públicos: agua, luz, gas, alcantarillado y teléfono.

Con los datos recolectados se aplica el método anunciado, tal como aparece en el siguiente cuadro.

Cuadro 27. Evaluación de la ubicación según el método de puntos.

FACTORES RELEVANTES	VALOR ASIGNADO	CASA 1 INMOBILIARIA		CASA 2 ARRIENDA DUEÑO		CASA 3 ARRIENDA DUEÑO	
		VALOR ASIGNADO	CALIFICACIÓN PONDERADA	VALOR ASIGNADO	CALIFICACIÓN PONDERADA	VALOR ASIGNADO	CALIFICACIÓN PONDERADA
UBICACIÓN	0.25	9.0	2.25	8.5	2.12	8.0	2.00
AMPLITUD	0.25	9.0	2.25	8.0	2.00	7.0	1.75
CANON	0.25	8.0	2.00	8.5	2.12	8.5	2.12
ACABADOS	0.15	8.5	1.27	8.5	1.27	8.5	1.27
SERVICIOS	0.10	9.0	0.90	9.0	0.90	9.0	0.90
SUMATORIA	<b>1.00</b>		<b>8.67</b>		<b>8.41</b>		<b>8.04</b>

Nota: En todos los casos el valor asignado debe sumar (1.00 para llegar al 100%).

Para la valoración por puntos una vez seleccionado el porcentaje asignado para cada factor relevante de acuerdo a su importancia se le asigna una calificación, la cual se multiplica por el porcentaje asignado dando como resultado una calificación ponderada, así se hace con todas las opciones escogidas, luego se analiza la mejor evaluada que es la escogida.

Según la valoración por puntos realizada, el lugar escogido es la casa 1, debido a que se encuentra en una zona cercana a la ubicación de las empresas contratistas y ECOPETROL en la zona industrial, sitio donde se encuentra la mayor fuerza laboral de la ciudad, clientes objetivos del proyecto en estudio, es de fácil acceso, Ver croquis microlocalización en el **anexo C**.

### 3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

#### 3.3.1 Ficha técnica del servicio.

Cuadro 28. Ficha técnica del servicio.

ITEM	CONCEPTO
Servicio principal	Venta de comidas por kilo tipo buffet en Barrancabermeja.
Diseño	Se pretende tener variedad de platos teniendo en cuenta carbohidratos, proteínas, verduras, exhibidas en vitrina, para libre escogencia del cliente.
Usos	Alimentación de la población trabajadora que toma sus almuerzos fuera de casa, en miras de cumplir su misión laboral.
Especificaciones técnicas	Comida estilo buffet, vendida por kilo.
Vida útil	Se toman 5 años para la vida del proyecto.

Fuente: Autoras del proyecto.

**3.3.2 Descripción técnica del proceso.** Para la descripción técnica del proceso se tienen en cuenta dos el de la preparación de los alimentos y la prestación del servicio al cliente. Estos se presentan a continuación:

**3.3.2.1 La preparación de los alimentos.** Debe programarse por parte del jefe de cocina un plan de menú del día, sobre el cual se estimen las compras tanto de verduras como frutas, granos, carnes y especias que permitan la preparación. Una vez definido, el jefe de cocina imparte la orden sobre lo que necesitan de tal forma que se escoja la materia prima de zona de bodega y el cuarto frío a la zona de lavado donde a chorro fuerte se lavan las frutas, verduras, leguminosas, etc. Las carnes son cortadas y adobadas con la supervisión del Jefe de Cocina; al mismo tiempo los auxiliares de cocina van pelando las verduras y frutas que se tengan para la disponibilidad de las opciones de las comidas diarias

Una vez preparada la materia prima, las verduras pasan por el cortador de vegetales, las pasan por molinos industriales acorde a la preparación y se disponen a la respectiva cocción los alimentos que lo requieren.

Cocidos los alimentos se disponen en las bandejas y samovares donde van a llevarse para la disposición del cliente final en lo que es llamado vitrina de exhibición.

Ubicados los alimentos preparados con disposición al consumidor final se procede por parte de los auxiliares de cocina la limpieza de equipos y utensilios de comida utilizados en la preparación, así como la del área de trabajo.

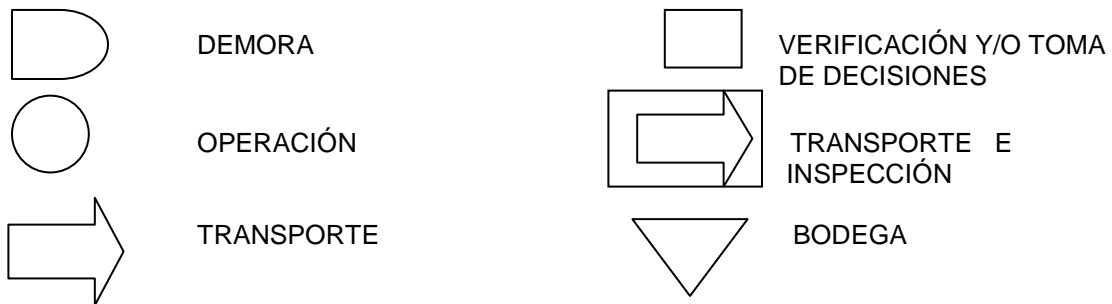
**3.3.2.2 El proceso para la venta en el restaurante.** Inicia con la llegada del cliente, que se dispone a tomar su comida principal como lo es el almuerzo para lo que acomoda una bandeja en la cual va colocando el consumo de su predilección, el cual debe seguir hacia donde se encuentran ubicados los auxiliares de báscula para el pesaje de los alimentos, donde se le cobra por kilo lo pesado y se le entrega el respectivo ticket para el pago que debe realizar en la caja, para posteriormente ubicarse en la mesa a consumir lo comprado.

**3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento.** Este corresponde la preparación de alimentos, tiene una duración de 4 horas y media aproximadamente.

Cuadro 29. Diagrama de operación, proceso y procedimiento.

<i>Descripción del evento</i>	<i>Tiempo minutos</i>	<i>No. Operarios</i>	□	○	⇒	D	▽
1.Revisión del plan de menú del día.	2	1-Jefe cocina		●			
2.Selección de la materia prima.	5	1-Jefe cocina		●			
3. Transporte de la materia prima de la bodega a la zona de lavado.	2	3-Auxiliar Cocina		●	●		
4. Lavado de materias primas.	1	3-Auxiliar Cocina		●			
5.Pelado y picado de verduras, adobo de carnes.	30	4-Jefe.-Aux. Cocina		●			
6. Cocción y preparación de alimentos.	120	4-Jefe-Aux. Cocina		●	●		
7. Disposición en bandeja y decoración de alimentos preparados.	30	4-Jefe-Aux. Cocina		●			
8. Transporte de alimentos de la cocina a las vitrinas.	30	3-Auxiliar Cocina	●	●	●		
9. Aseo y limpieza de utensilios y cocina.	50	3-Auxiliar Cocina		●			
10. Fin del servicio.	—						●
<b>TOTAL</b>	<b>270'</b>						

Gráfica 22. Convenciones del diagrama de flujo.



Cuadro 30. Diagrama del proceso de venta.

Descripción del evento	Tiempo minutos	No. Operarios	□	○	⇒	D	▽
1. Llegada del cliente.	1	0		●			
2. El cliente toma una bandeja y pasa por la vitrina exhibidora escogiendo el menú de preferencia.	5.75	0		●	●	●	
3. Una vez escogido el menú por el cliente este pasa a la báscula para pesar lo que va a consumir y recibir el ticket de pago.	1.25	3 Aux. báscula		●			
4. Pesado el menú escogido por el cliente este pasa a la caja y cancela el pedido.	1	2 cajeras		●			
5. El cliente pasa a la mesa y consume lo comprado.	1	0					●
8. Fin del servicio							●
<b>TOTAL</b>	<b>10'</b>						

**3.3.4 Control de calidad.** El control de calidad parte de la recepción de los alimentos o materia para la preparación como son las verduras, frutas, carnes, carbohidratos entre otros.

Una vez comprados los ingredientes se proceden a revisarlos y valorar el estado en que llegan, realizando un proceso de selección mediante un muestreo de cada clasificación, verificando que no estén averiadas o con puntos negros, etc., en caso contrario se hace la respectiva devolución y cambio por otra similar en buen estado; de no presentarse materias primas en mal estado se procede a hacer la aprobación y almacenamiento de lo recibido.

De igual forma, al momento de la preparación se realiza el respectivo lavado de los ingredientes, en la búsqueda de mantener la higiene adecuada en el proceso.

Los vegetales escogidos no serán ni muy maduros ni estado verdoso sino en su punto exacto de maduración, es decir frescos.

Comprobados los procesos de revisión y aceptación de materia prima, buen manejo de la higiene, mediciones de rigor, se analiza que se sigan los pasos correctos durante el proceso de preparación de los alimentos, tomando tiempos y muestras de lo preparado diariamente, para garantizar y demostrar la calidad del producto.

Se programa el manejo de tapabocas, guantes, gorros, botas de caucho blanco, delantales, utensilios de acero inoxidable, que garanticen las normas de bioseguridad tanto para el operario como para el cliente.

❖ **Programa Integral de Control de Calidad.** El programa integral de control de calidad incluirá las siguientes operaciones; que de acuerdo a la ley, exige el cumplimiento de las normas HACCP Y B.P.M:

- Inspección de entrada de insumos para prevenir que las materias primas defectuosos lleguen al área de procesamiento.
- Control del proceso.
- Inspección del producto final.
- Vigilancia del producto durante el almacenamiento de materia prima y preparación de alimentos. Esta es un área que normalmente se descuida y que puede anular todo el trabajo anterior de control de calidad.

Es importante señalar que para obtener un producto de buena calidad se tendrán en cuenta las siguientes consideraciones:

- Instrucciones de elaboración para cada alimento clasificado por modalidad (carbohidratos, ensaladas, carnes, sopas, jugos etc..)
- Equipo de procesamiento específico (Chef, auxiliares de cocina).
- Temperaturas y tiempos de preparación definidos.
- Platos en los cuales se va a servir la comida.

Especificaciones para cada ingrediente y producto final que incluyan mediciones de características químicas:

- Normas de muestreo y análisis para asegurar que los estándares de preparación de alimentos se satisfagan.

El restaurante debe ser inspeccionado a intervalos regulares para:

- Asegurar las buenas prácticas de preparación de alimentos y de sanidad.
- Mantener el control ambiental.
- Promover la conservación de energía.

Se presenta el Control de Calidad que será implementado y aplicado en los procesos productivos de elaboración de las pulpas de frutas azucaradas.

❖ **Control de Calidad para la Preparación de alimentos (B.P.M.).** Para el control de calidad de kilo gourmet, se tuvo en cuenta el manejo que debe darse a todo el proceso de preparación de alimentos, así como el de adecuaciones locativas, higiene, distribución de planta y almacenamiento según las buenas prácticas de manufactura y se resumen en los siguientes:

- **Selección e inspección.** Uno de los factores más importantes en la obtención del producto final es la selección de materia prima, en el caso de las frutas y verduras, deberán estar firmes, maduras, libres de picaduras de insectos o mordidas de roedores, sin podredumbre; para el caso de las carnes deben ser compradas en sitios reconocidos y que provengan de frigoríficos que cumplan los requisitos de salubridad según lo exige la Secretaría de Salud local; para el caso de los granos en supermercados que tengan mayor rotación, para conseguir los de menor fecha de almacenamiento.

- **Lavado.** Se realizará con abundante agua para eliminar la tierra o cualquier otra contaminación. El agua debe ser de calidad potable y contener algún tipo de desinfectante como cloro en bajas concentraciones, para el caso de las verduras crudas que se vayan a disponer para el consumo del cliente.

❖ **Definición de Puntos Críticos (HACCP)**

**Selección de la materia prima.** La materia prima destinada a la elaboración de los alimentos en el restaurante no debe estar demasiado madura, sino firme, ya que de lo contrario no resistiría las temperaturas de esterilización, dando un mal aspecto a las pulpas en el caso de las frutas y verduras. En cuanto a granos libres de bichos de pulución como hormigas y gorgojos.

**Pelado de verduras y frutas.** El pelado debe realizarse de tal modo de no perder demasiada pulpa, ya que esto influiría significativamente en el rendimiento del producto final.

**Carnes.** Escogidas en sitios reconocidos, las cuales deben ser adobadas con dos horas de anticipación a la cocción para que tomen su sabor y gusto según el

direccionamiento del chef. Debe estar a temperaturas que permitan una consistencia ni muy blanda ni muy dura, apta para el consumo del cliente.

**Aceites.** Este es uno de los puntos críticos y de mayor importancia; de él depende en gran parte que se obtenga un producto final de buena calidad, preferiblemente usar los de origen vegetal.

**Rendimiento del producto final.** Para estimar el rendimiento del producto se procederá de la siguiente manera:

- Pesarse la materia prima en crudo.
- Pesarse la materia prima cocida.
- Obtener la suma total de los pesos anteriores.
- Estimar la merma o el rendimiento respectivo para cada alimento.

Con estas estimaciones podemos obtener el rendimiento calculando el porcentaje de producto final obtenido y el porcentaje de desecho con relación a la materia prima procesada, considerando la materia prima a procesar como el 100%.

**Preparación de alimentos.** En la preparación de los alimentos juega un papel importante el tiempo y forma de cocción de los alimentos que debe en lo posible al vapor para verduras por 4 minutos para que no pierdan su contenido nutricional, la desinfección de vegetales crudos por ensaladas con abundante solución de agua salina, para carnes cocinar de tal forma que quede apta para el consumo. De manera general no permitir cocción de alimentos a fuego muy alto con el fin de evitar una quemadura del alimento y no sean aptos para el consumo. Es pues de vital importancia frecuentemente la vigilancia o monitorización continuada de parámetros tales como temperatura y tiempo.

❖ **Mantenimiento y seguridad industrial.** Los conceptos y las funciones de mantenimiento y seguridad son actividades fundamentales dentro de las operaciones de producción, al tiempo que se relacionan directamente con el manejo de la calidad.

Se debe tener especial interés en la protección y sostenimiento de los dos recursos fundamentales dentro de la empresa: Los recursos materiales (maquinaria y equipos) y el recurso humano.

El mantenimiento asegura la regularidad en la operación de las máquinas y equipos, haciendo posible el normal desarrollo en las operaciones de producción, el mantenimiento de estufas y licuadoras industriales debe ser preventivo o continuo, ejecutado de manera regular en actividades como limpieza, lubricación y engrase.

Con respecto a la seguridad, es una operación de producción, en donde se deben reservar las potencialidades laborales, manteniendo la salud y la seguridad del personal dentro de la empresa.

Se hace necesario identificar las circunstancias que puedan dar origen a los accidentes como:

- ❖ Falta de orden. Peligrosas intoxicaciones por sustancias venenosas que por descuido son dejadas sin su debida etiqueta.
- ❖ Caídas ocasionadas por objetos mal ubicados.
- ❖ Heridas por botellas, vidrios rotos, clavos, etc.
- ❖ Luz insuficiente. Debe existir una iluminación adecuada, sobre todo en sitios peligrosos, para evitar tropezones y posteriormente caídas con consecuencias lamentables.
- ❖ Pisos resbalosos. Los pisos húmedos o muy pulidos son una invitación a las caídas, lo mismo que cáscaras arrojadas al piso.
- ❖ Defectos en el establecimiento. Se debe evitar clavos salientes en las paredes, pisos desnivelados, baldosas flojas, pueden causar accidentes que son fáciles de prevenir.
- ❖ Material mal utilizado. Cuando se utilizan cuchillos como destornilladores o para abrir latas, o bien cuando se emplean sillas o cajones en lugar de escaleras, pueden ser causa de accidentes.

En lo referente a dotación y medidas de protección, el personal manipulador de alimentos contará con batas blancas, gorros, que mantienen el cabello recogido, protectores de boca, calzado cerrado de tacón bajo y guantes. Para las personas que visiten el área de producción, deberán usar las mismas medidas de protección.

En el área de procesamiento, se ubicarán extintores multipropósito de 10 libras ABC, todo el personal recibirá una charla del uso de extintores por parte de los representantes de venta de la CASA DEL EXTINTOR.

La empresa contará con un botiquín de primeros auxilios tipo industrial, el cual estará dotado con los elementos básicos para una eventual necesidad. Existen dos medidas relativas a la seguridad: las preventivas cuyo objetivo es eliminar las causas de accidentes y las correctivas en restablecer la salud.

Las medidas preventivas serán encaminadas hacia campañas continuas, por medio de comunicaciones en revistas, folletos, avisos en puestos de trabajo, que permitan eliminar posibles causas de accidentes dentro de la empresa.

Es muy importante que cada uno de los integrantes de la empresa conozca todos los procesos que desarrolla la empresa en la selección y colocación de personal, para así poder ser parte fundamental de un verdadero control de calidad del servicio prestado, en la búsqueda de la satisfacción del cliente.

❖ **Aseo y limpieza.**

- **Adecuaciones locativas.** Se adapta todo el local escogido para la adecuación y funcionamiento del restaurante, con pisos, paredes y grifos convenientes, para el fácil lavado. De igual forma, se verifica que los drenajes tengan los sifones y sistema de desagües requeridos y que se conecten con el respectivo sistema de alcantarillado con el fin de que las aguas residuales no ocasionen molestias a la comunidad o contaminación al entorno.

- **Desinfección.** Se utilizará para el aseo y mantenimiento diario, desinfección con hipoclorito de sodio al 5% conjuntamente aplicado con detergente, especialmente el uso de la batería sanitaria. En el área de cocina y preparación de alimentos no utilizar químicos fuertes que puedan contaminar esa zona.

- **Basuras.** Esta se clasifica en residuos orgánicos e inorgánicos para ello se dispone de canecas ecológicas de vaivén, que permiten visualizar este aspecto y cumplir con la mitigación ambiental.

**3.3.5 Recursos.**

**3.3.5.1 Recurso humano.** Se contrata con las disposiciones legales que con lleva la ley 50 de 1990 y la ley 100 de 1991, según se describe a continuación:

Cuadro 31. Mano de obra del proyecto.

NÚMERO DE CARGOS	CARGOS
<b>MANO DE OBRA TÉCNICA – DIRECTA</b>	
1	JEFE DE COCINA
3	AUXILIARES DE COCINA
3	AUXILIARES DE BÁSCULA
2	CAJERAS

Cuadro 31. Mano de obra del proyecto.

NÚMERO DE CARGOS	CARGOS
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>	
1	GERENTE
1	SECRETARIA CONTABLE
1	AUXILIAR DE SERVICIOS VARIOS
<b>ASESORÍA</b>	
1	ASESOR CONTABLE-CONTADOR
1	CELADOR EXTERNO

Fuente: Autoras del proyecto.

**3.3.5.2 Recurso físico.** Está compuesto por la maquinaria, los equipos y herramientas que se utilizan para las labores de producción. Ver detalle en el siguiente cuadro:

❖ **Maquinaria y equipo.** Ver detalle en el siguiente cuadro.

Cuadro 32. Maquinaria y equipo.

CANT.	DESCRIPCIÓN	ESPECIFICACIONES
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN</b>		
1	Estufa Industrial.	4 quemadores grandes, 4 quemadores medianos, mueble en acero inoxidable.
1	Freidora a gas.	1 tanque 2 canastillas 1 lts., mueble en acero inoxidable.
1	Cortador de vegetales.	½ HP 375 Wh, 25x44x59, con protectores de seguridad para manos, acero inoxidable
1	Licuada industrial.	½ HP 375 Wh, 4 lts., 20x57 vaso y base acero inoxidable
1	Batidora.	800 Wh, 7 lts, 39x24x35 acero inoxidable.
1	Horno industrial a gas.	En acero inoxidable, 3 cámara de 70x50 cm, 1x1x1.6
1	Báscula electrónica digital.	30 kg, bandeja de acero inoxidable, cubierta plástica.
1	Carro de servicio.	6 bandejas, 3 entrepaños, acero inoxidable.
1	Cuarto frío.	2 x 2 m en acero inoxidable.

Fuente: Autoras del proyecto, cotizaciones varias anexo E.

❖ **Muebles y enseres de producción.** Ver detalle en el siguiente cuadro.

Cuadro 33. Muebles y enseres de producción.

<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>ESPECIFICACIONES</b>
	<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	
2	Mesas de trabajo.	medidas de 160x0.89x0.87 en acero inoxidable.
1	Olla arrocera.	Eléctrica, 60 tazas, cocción en 40 minutos, recipiente interior antiadherente medidas 47x39.
1	Módulo Caliente.	en acero inoxidable 180x65x87 incluye 5 recipientes de 20 lt., vitrina y pasabandejas incluidos, patas niveladoras en aluminio.
1	Dispensador de Bebidas	Dos (2) tanques de 12 Litros cada uno, recipiente en poli carbonato, gabinete en acero inoxidable. Medias 39 x 62 x 63 cm.
3	Balanza electrónica con impresora.	Imprime etiqueta, 30 kg, cubierta en acero inoxidable.
2	Olla recta para cocción.	18 lts, 40x15 en acero inoxidable.
2	Olla recta para cocción.	10 lts, 24 x 24 en acero inoxidable.
2	Olla recta para cocción.	20 lts, 30 x 30 en acero inoxidable.
2	Olla recta para cocción.	30 lts, 34 x 34 en acero inoxidable.
3	Recipiente para alimentos.	4 lts, 32.5x17.6x10.2 en acero inoxidable.
2	Recipiente para alimentos.	6 lts, 32.5x17.6x15 en acero inoxidable.
2	Samovar redondo.	4 lts, bordes redondeados, tanque troquelado, 42x34x26 acero inoxidable.
2	Samovar rectangular.	8.5 lts, bordes redondeados, tanque troquelado, 64x36x37, acero inoxidable.
2	Samovar ovalado.	5.5 lts, bordes redondeados, tanque troquelado, 55x31x29 acero inoxidable.
100	Juegos de cubiertos.	acero inoxidable.
20	Mesas.	4 puestos, en aluminio

Cuadro 33. Muebles y enseres de producción.

<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>ESPECIFICACIONES</b>
100	Sillas sin brazo	Aluminio.
100	Platos para seco	Cerámica.
100	Taza para sopa	Cerámica.
75	Bandeja plástica	Plástico.
Gl.	Utensilios varios.	Plásticos y acero inoxidable.
2	Caja registradora	Eléctricas

Fuente: Autoras del proyecto, cotizaciones varias anexo E.

❖ **Muebles y enseres de oficina.** Ver detalle en el siguiente cuadro.

Cuadro 34. Muebles y enseres de oficina.

<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>ESPECIFICACIONES</b>
	<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	
2	Escritorios secretariales	Madera AE-02 café-.
2	Sillas giratorias secretariales	SG – 10, cojinería tela.
1	Archivador de 3 gavetas	Madera - AE -04 café.
4	Sillas para visitante	Madera.
2	Papeleras	Madera.
1	Grapadora	Metálica.
1	Perforadora	Metálica.
1	Locker de 12 compartimientos 1.20 x 2 m.	Metálicos.
2	Extintores de 20 libras	Metal - ABC.
1	Juego de contenedores para basura ecológico	Plástico-colores.

Fuente: Autoras del proyecto, cotizaciones varias anexo E.

❖ **Equipo de oficina.** Se presentan en el siguiente cuadro.

Cuadro 35. Equipo de oficina.

<b>CANT</b>	<b>DESCRIPCIÓN – EQUIPO DE OFICINA</b>
3	Aire acondicionado mini split LG 18000 BTU.
2	Computador, con impresora, scanner y XP/leg.

Cuadro 35. Equipo de oficina.

<b>CANT</b>	<b>DESCRIPCIÓN – EQUIPO DE OFICINA</b>
1	Software X-PRO.
2	Calculadora Casio DS 20 L A.
3	Aparatos telefónicos.
1	Planta de sonido con 8 parlantes y cableado.
1	Televisor plasma 42 LG.

Fuente: Autoras del proyecto.

**3.3.5.3 Recursos de insumos.** Estos corresponden a la materia prima requerida según la capacidad instalada de ventas, como lo son proteínas, verduras, carbohidratos y demás ingredientes necesarios para la preparación de alimentos y disposición de los mismos hacia el cliente o consumidor final. Estos se detallan en el estudio financiero en el cuadro 56, requerimientos de materia prima por año.

**3.3.6 Estudio de proveedores.** Los proveedores para la puesta en marcha del restaurante son los de insumos como supermercados, almacenes de cadena, para documentos las papelerías, para maquinarias y equipos los vendedores de electrodomésticos industriales como Joserrago; estos se detallan a continuación:

Cuadro 36. Proveedores materia prima e insumos.

<b>PRODUCTO</b>	<b>PROVEEDORES</b>	<b>CIUDAD-PAÍS</b>
Muebles y enseres	Almacén J. Neira	Barrancabermeja
Muebles y enseres	Ofikasa	Barrancabermeja
Equipos de oficina	Templo Electrónico	Barrancabermeja
Equipos de oficina	Compulago	Barrancabermeja
Enseres producción	Joserrago	Bogotá
Publicidad	Publicidad Exterior	Barrancabermeja
Publicidad radial	Yariguies Stereo	Barrancabermeja
Publicidad TV.	Enlace Televisión	Barrancabermeja
Papelería	Gráficas Unicolor	Barrancabermeja
Insumos	Autoservicio la Quinta / + x -/ Éxito, Carrefour	Barrancabermeja

Fuente: Autoras del proyecto.

**3.3.7 Distribución de planta.** Analizado en la valoración la casa óptima para el funcionamiento del restaurante Kilo Gourmet con las adecuaciones locativas, se tiene en cuenta la entrada de la materia prima para la cual se deja al lado izquierdo un puerta independiente y un pasillo de 1 mt aproximadamente independiente del portón del acceso al restaurante, al lado derecho se establece un portón para ingreso de los clientes ubicándose al entrar mesas y sillas, al lado derecho la vitrina del buffet, las escaleras del fondo sirven para ingresar a la parte donde están las oficinas administrativas y la parte operativa está donde se encuentra la cocina está al final. Ver distribución de planta en el **anexo D**.

**3.3.8 Logística de Distribución.** La distribución de la planta se hace previendo el ingreso de materia prima, independiente al ingreso de clientes, parte inicial para atención a clientes con la ubicación del buffet para fácil acceso de la clientela, ubicando en el fondo el sitio de preparación de forma independiente de la parte administrativa y atención directa de usuarios.

En la parte frontal al lado izquierdo se ubica la entrada de la materia prima, al lado central y derecho se encuentra el ingreso al restaurante, donde está un portón para el acceso fácil de los clientes, a la derecha del salón se ubica la exhibición del menú al estilo buffet, presentados en samovares, vitrina caliente bandejas y recipientes, donde el cliente toma la bandeja se sirve y sigue a la báscula luego a la caja y se ubica en la mesa.

En la parte del fondo le siguen a la izquierda los baños y a la derecha la cocina, separados por unas escaleras que llevan a un segundo piso donde se encuentra un salón en la cual estarán ubicadas las oficinas administrativas. Detrás de la cocina se encuentra el cuarto frío, la bodega que junto con la cocina, se llama el área de producción. Ya al final de la casa se encuentran los baños de los empleados, lockers, patio, frente a los cuales queda un pasillo horizontal donde hay comunicación hacia pasillo vertical por donde ingresa la materia prima y el talento humano que trabaja en el restaurante.

### **3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO**

Existe demanda del servicio y se establece una capacidad para atender entre 105 y 150 almuerzos diarios.

En cuanto a los factores determinantes del tamaño del proyecto se denota que no presentan limitantes para la puesta en marcha del restaurante y que la ubicación del mismo no presenta inconvenientes con respecto al P.O.T. y está cercana a la ubicación de la mayor fuente de empleo que es la refinería de Barrancabermeja, con varias vías de acceso para llegar al sitio.

Es de resaltar, que para los parámetros de la calidad se ha tenido en cuenta el ingreso independiente de la materia prima y manejo independiente de la atención, parte operativa y parte administrativa.

En cuanto a requerimientos de recursos se cuenta con una variedad de proveedores locales y nacionales con disposición del suministro bajo la respectiva orden de compra.

Para la puesta en marcha del restaurante se requiere de la adquisición de 20 mesas con sus respectivas sillas.

Para la preparación de los alimentos es de vital importancia monitorear la temperatura y el tiempo hasta lograr el punto óptimo de cocción así como el lavado adecuado y desinfección de los mismos.

En cuanto al aseo y la limpieza no utilizar productos tóxicos o que puedan ser nocivos a la salud humana.

Aspectos que desde el punto de vista técnico encauzan el proyecto como viable.

## 4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

En el estudio administrativo se puntualiza el tipo de empresa a conformar, adoptando y fundamentándose en el marco legal e institucional requerido. Dirigiéndose a establecer las políticas, nivel jerárquico, perfiles de los cargos y la respectiva estructura salarial.

### 4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

Posteriormente al haber concebido una idea, y realizado el respectivo consenso entre los probables gestores o socios donde se apruebe y por consiguiente, se manifieste explícitamente la clara disponibilidad e intencionalidad de conformar una empresa, se pone en marcha Kilo Gourmet Ltda. Será constituida como empresa de responsabilidad limitada, conformada por cuatro socios, la cual tiene como característica principal que éstos responden hasta por el monto de sus aportes. Por lo tanto su razón social según los mandatos legales se constituye como “KILO GOURMET LTDA”; cuyas principales características<sup>47</sup> son:

- Mínimo de socios, 2; máximo, 25 (Art. 356 Código de Comercio).
- Los socios responden hasta el monto de sus aportes. No obstante, en los estatutos podrá estipularse para todos o algunos de los socios una mayor responsabilidad (artículo 353 del Código de Comercio).
- El capital debe pagarse en su totalidad al momento de constituirse, como también al solemnizarse un aumento (Art. 354 del Código de Comercio).
- El capital se divide en cuotas de igual valor.(artículo 354 del C. de Co.).
- La cesión de cuotas implica una reforma estatutaria (Art. 354 del C. de Co.).
- En caso de muerte de uno de sus socios, la sociedad continúa con uno o más herederos, salvo estipulación en contrario (Art. 368 del C. de Co.).
- La representación de la sociedad está en cabeza de todos los socios, salvo que éstos la deleguen en un tercero (Art. 358 del C. de Co).

---

<sup>47</sup> SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES. (2010). Principales características de las sociedades comerciales. Disponible en <http://www.supersociedades.gov.co/ss/drvisapi.dll?MIval=sec&dir=45&id=14374>

- Es una sociedad en principio de personas, donde en efecto, los socios no desaparecen jurídicamente ante terceros, hecho que permite conocer quienes conforman el capital social.
- La sociedad gira bajo una denominación o razón social, seguida de la palabra "Limitada" o de la abreviatura "Ltda." (Artículo 357 del Código de Comercio).

#### **4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA**

Por la modalidad de empresa de responsabilidad limitada, los requerimientos del servicio a prestar según la estructura organizacional Kilo Gourmet Ltda., se conforma por los entes directivos (junta de socios), administrativos (Gerente, secretaria, auxiliar de servicios varios, celador y asesor contable), técnicos (Jefe de Cocina, auxiliares de cocina, auxiliares de báscula y cajeras).

Se estima la duración de la sociedad en cinco años el cual podrá ser prorrogado por término igual y/o por decisión de la junta general de socios.

Se constituirá mediante escritura pública en la que se plasman los siguientes parámetros, ciudad y fecha de constitución, denominación social, nombre de los socios, identificación y nacionalidad, domicilio social, término de duración, objeto social, capital social (valor total, número de cuotas) y distribución del mismo entre los socios, forma de pago del capital social, facultades del representante legal, nombramientos, entre otros.

Los trámites y documentos que se deben presentar para la constitución de la empresa son:

- ❖ Acta de constitución.
- ❖ Solicitud de estudio del nombre comercial, autorizada en la Cámara de Comercio.
- ❖ Minuta de escritura pública debidamente protocolizada en la notaria, a la Cámara de Comercio.
- ❖ Obtener registro mercantil en la Cámara de Comercio.
- ❖ Obtener Nit. de la DIAN.
- ❖ Matrícula de oficina de registro y comercio.
- ❖ Obtener certificados sanitarios y licencia ambiental.
- ❖ Registro de libros (socios, acta de juntas y asambleas).

**4.2.1 Visión.** Para el año 2016, la empresa Kilo Gourmet Ltda., proyecta ser reconocida como un restaurante tipo buffet original, sólido y profesional con excelente calidad humana y principios éticos que ofrece el mejor servicio y atención de categoría nacional, líder en la innovación, creatividad y presentación de productos, logrando así un nivel altamente competitivo que excede a las expectativas de los consumidores, convirtiéndose además en una atractiva fuente de trabajo.

**4.2.2 Misión.** Kilo Gourmet Ltda., es una empresa que suministra servicios de restaurante tipo buffet, con ventas por kilo, que ofrece conceptos únicos e integrales de alimentos contando con un personal capacitado, instalaciones en óptimo estado, con excelente higiene, que permite visualizar el proceso productivo en sus diferentes etapas, garantizando un servicio eficiente que nos ubica en los primeros lugares de aceptación, y nos compromete día a día a mantener una actitud dinámica ante cualquier reto del consumidor y la competencia.

#### **4.2.3 Objetivos.**

- ❖ Ofrecer al mercado local una extensa gama de comida tipo buffet donde se pague por kilo de consumo.
- ❖ Hacer del servicio estilo buffet, una magnífica opción que permita elegir su plato a su gusto y adaptarlo a sus necesidades alimenticias.
- ❖ Ser innovadores en las técnicas de preparación, presentación de las comidas y venta por kilo en exclusivo a nivel local.
- ❖ Contribuir con el bienestar de la población de Barrancabermeja y su zona de influencia satisfaciendo la necesidad en lo concerniente a este tipo de servicio.
- ❖ Impulsar la cultura y sentido de pertenencia en la ciudad.
- ❖ Fomentar la organización, planificación, dirección, control y evaluación en las tareas específicas que contribuyen al desarrollo de la empresa.
- ❖ Establecer una comunicación abierta y clara hacia los colaboradores internos de la empresa para su buen desempeño y mejoramiento continuo.

#### **4.2.4 Políticas.**

- ❖ **Políticas de personal.** Kilo Gourmet Ltda., estipula las siguientes:
  - El recurso humano para la atención directa será escogido bajo criterios estipulados por los socios de la empresa.

- No debe existir ningún grado de consanguinidad, ni de afinidad entre los empleados contratados para la empresa.
  - El reclutamiento de hojas de vida se realizará a través de bolsas de empleo reconocidas como la del SENA y la Cámara de Comercio.
  - No se aceptará ningún personal para atención directa a clientes que no haya tenido mínimo dos años de experiencia en el área.
  - Toda persona que aspire a un cargo en Kilo Gourmet Ltda., debe pasar por un previo proceso de selección y cumplimiento del perfil.
  - El proceso de selección debe cumplir cuatro etapas principales que son: pruebas escritas de conocimiento de acuerdo al cargo, prueba psicotécnica, la respectiva entrevista y exámenes de laboratorio.
  - Los cargos directivos sólo deben ser desempeñados por profesionales afines al área administrativa como ingenieros industriales, gestores empresariales y administradores de empresas egresados de las universidades de la región.
  - La remuneración del personal se realizará los días 30 de cada mes.
  - La contratación inicial del recurso humano debe ser a término fijo por seis meses, luego de la aprobación del período de prueba de tres meses, y su renovación se hará por períodos similares.
  - Todo trabajador que reporte tres llamados de atención por mala ejecución de sus labores no tiene derecho a renovación de contrato sin excepción alguna.
  - La realización de exámenes de laboratorio y físico para el personal seleccionado, se hará en un laboratorio escogido por el restaurante, dichos exámenes deben ser cancelados por el aspirante al cargo.
- ❖ **Políticas de compras.** Para la adquisición de insumos se tendrán en cuenta principalmente proveedores cuyos productos sean con certificación de calidad por el ICONTEC.
- El análisis de cada compra debe hacerse con mínimo tres cotizaciones de empresas diferentes.
  - Se debe seleccionar la cotización que demuestre una mejor oferta económica y que sus productos sean de calidad reconocida.
  - Contratar con proveedores que manejen crédito a 30 días, aunque las compras se vayan a realizar de contado.

- Los pagos pueden realizarse con cheque o mediante transferencia bancaria, la cual quedará confirmada al siguiente día hábil.
- Toda compra debe ser de contado y las superiores a \$1.000.000 deben ser aprobada por el administrador y la junta de socios.

❖ **Políticas de ventas.** Los precios de los servicios estarán expresados en pesos colombianos, incluyendo el IVA y están sujetos a cambio sin previo aviso.

- Los pagos de los servicios prestados deben realizarse en efectivo, con pagos de contado.

- Para las cotizaciones, los precios tendrán una vigencia de 30 días calendario, período dentro del cual deberá formalizarse la solicitud del servicio.

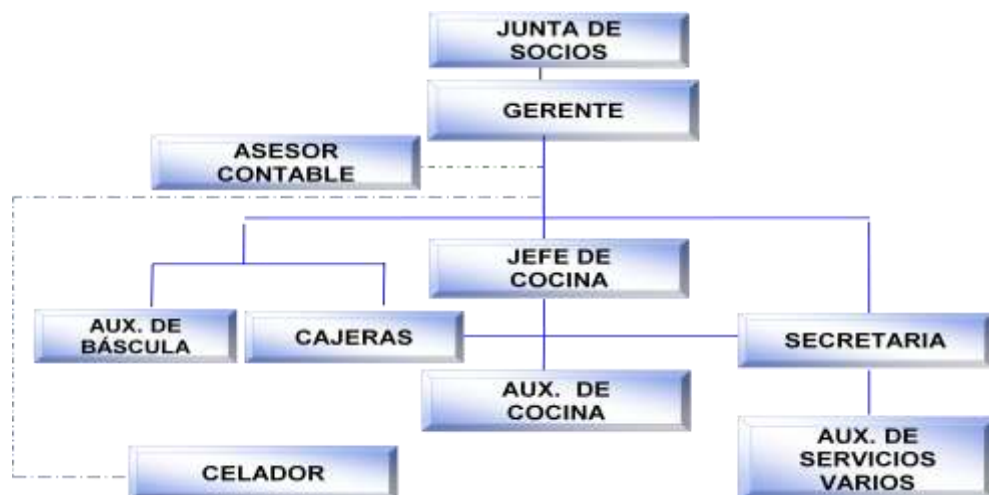
- Una vez tomado el servicio no se devolverá dinero en caso que éste no haya llegado a su término.

### 4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional de Kilo Gourmet Ltda., está compuesta por la junta de socios, un gerente, una secretaria y una auxiliar de servicios varios, un celador, un Jefe de cocina, auxiliares de cocina, auxiliares de báscula y cajeras.

**4.3.1 Organigrama de la empresa.** Ver Estructura organizacional de Kilo Gourmet Ltda., en la siguiente figura.

Gráfica 23. Estructura organizacional de Kilo Gourmet Ltda.



**4.3.2 Descripción y perfil de cargos.** De acuerdo a los cargos requeridos para la prestación del servicio en Kilo Gourmet Ltda., se presentan los siguientes cargos con sus respectivas descripciones y perfiles:

Cuadro 37. Manual de funciones del Gerente.

<b>HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL</b>		
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> GERENTE	<b>DEPARTAMENTO:</b> ADMINISTRATIVO
	<b>DIVISIÓN:</b> ADMINISTRATIVA	<b>CARGO JEFE IMEDIATO:</b> JUNTA DE SOCIOS
	<b>Nº DE CARGOS IGUALES:</b> 1	<b>CARGOS QUE SUPERVISA:</b> TODOS
	<b>NOMBRE DEL EMPLEADO:</b>	<b>FECHA DE ANÁLISIS:</b> JULIO DE 2011
<b>FUNCIONES , TAREAS QUE COMPETEN EN EL CARGO</b>	<p><b>FUNCIONES GENERALES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Representar legalmente a la empresa.</li> <li>➤ Tomar las medidas necesarias para la conservación de la buena imagen del restaurante.</li> <li>➤ Aprobar las compras y analizar los proveedores.</li> <li>➤ Establecer contactos para acceder a posibles clientes.</li> <li>➤ Impartir las órdenes e instrucciones que exija la buena marcha de la empresa.</li> <li>➤ Cumplir y hacer cumplir oportunamente los requisitos o exigencias legales que se relacionen con el funcionamiento y actividades de la empresa.</li> <li>➤ Evaluar al personal, proponer con justificación la remoción del cargo.</li> <li>➤ Responder por la custodia y seguridad de los bienes de la empresa.</li> <li>➤ Acordar fechas de pago para las obligaciones de la empresa.</li> <li>➤ Redactar y calcular las cotizaciones y otros documentos.</li> <li>➤ Elaborar programas de motivación para el personal de la empresa.</li> <li>➤ Aprobar las cuentas para los pagos.</li> <li>➤ Cumplir las demás funciones que le sean propias de acuerdo con la ley.</li> <li>➤ Atender a los clientes.</li> </ul> <p>Las demás que le sean asignadas por su jefe inmediato, acorde a la naturaleza de su cargo.</p>	
<b>EXIGENCIAS DEL CARGO EN CONOCIMIENTOS</b>	<b>GRADO DE INSTRUCCIÓN:</b> Profesional en el área administrativa o afín, Ingeniero Industrial o Gestor Empresarial de U.I.S.	
	<b>EXPERIENCIA:</b> Dos años como mínimo en cargos similares	
	<b>PERIODO DE ADAPTACIÓN:</b> Dos meses	
<b>REQUERIMIENTOS DE HABILIDAD</b>	<b>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</b> Requiere habilidad mental para la toma de decisiones y generar estrategias que permitan el buen desempeño del Restaurante.	
	<b>HABILIDAD MANUAL:</b> En el manejo de la documentación propia de la empresa	

Cuadro 37. Manual de funciones del Gerente.

<b>HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL</b>		
<b>EXIGENCIAS DEL CARGO</b>	<b>DE RESPONSABILIDAD</b>	<p><b>POR SUPERVISIÓN:</b> Verificar que sus subalternos cumplan con eficiencia sus labores, en la búsqueda de la satisfacción del cliente.</p> <p><b>POR CONTACTO:</b> Dispone de plena autonomía para adquirir o cambiar los equipos, materiales y herramientas necesarias en la organización.</p> <p><b>POR PROCESOS:</b> En la coordinación de las etapas del cumplimiento de las funciones a realizar por los demás empleados de la empresa. Informes sobre el funcionamiento de la empresa. Para participar en la selección e inducción del personal. Manejar adecuadamente los secretos de la empresa. Atender a los clientes dentro y fuera de la empresa.</p> <p><b>POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPO</b> Responde por los equipos que utiliza en su labor, escritorio, computador, sumadora, sellos y muebles asignados.</p> <p><b>POR MANEJO DEL SERVICIO A PRESTAR:</b> Revisión de la satisfacción del cliente por los servicios ofrecidos.</p>
	<b>DE ESFUERZO</b>	<p><b>MENTAL</b> Requiere esfuerzo mental alto, debido a la concentración que se necesita para asignar funciones, rendir informes, solucionar problemas y tomar de decisiones.</p>
		<p><b>VISUAL</b> Esfuerzo visual permanente al observar los comportamientos, presentación, colaboración y participación de los funcionarios para con la empresa, revisar informes de servicios prestados y gasto de insumos.</p>
		<p><b>FÍSICO</b> Permanece la mayor parte del tiempo sentado, ejecuta movimientos suaves, esporádicamente transporta o desplaza equipos que no requieren de gran esfuerzo físico.</p>
	<b>RIESGOS DEL CARGO</b>	<p><b>CONDICIONES AMBIENTALES</b> La iluminación y ventilación son artificiales. Las labores se ejecutan en un ambiente interior y exterior confortable.</p>
		<p><b>RIESGOS DEL CARGO</b> Problemas de desgaste visual debido a la elaboración de informes.</p>
<p><b>OBSERVACIONES (EMPLEADO, JEFE, ANALISTA)</b></p> <p>Excelente trato humano y magnificas relaciones interpersonales</p> <p>_____</p> <p>_____</p>		
<p>Elaboró _____ Revisó _____</p>		

Cuadro 38. Manual de funciones de la Secretaria.

<b>HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL</b>		
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> SECRETARIA	<b>DEPARTAMENTO:</b> ADMINISTRATIVO
	<b>DIVISIÓN:</b> ADMINISTRATIVA	<b>CARGO JEFE INMEDIATO:</b> GERENTE
	<b>No. DE CARGOS IGUALES:</b> 1	<b>CARGOS QUE SUPERVISA:</b> DOS
	<b>NOMBRE DEL EMPLEADO:</b>	<b>FECHA DE ANÁLISIS</b> JULIO DE 2011
<b>FUNCIONES, TAREAS QUE COMPETEN AL CARGO</b>	<p><b>FUNCIONES GENERALES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Revisar diariamente las tareas asignadas y darles cumplimiento.</li> <li>➤ Cuidar los elementos, materiales y equipos a su cargo.</li> <li>➤ Mantener actualizado y ordenado el sistema de archivos.</li> <li>➤ Atender el teléfono cordialmente .</li> <li>➤ Elaborar las cuentas de cobro y hacer seguimiento y control de ellas.</li> <li>➤ Recibir, registrar la correspondencia y hacer seguimiento de ella.</li> <li>➤ Transcribir, redactar, enviar cartas, informes, documentos y otros que se requieran para el funcionamiento de la organización.</li> <li>➤ Recibir y atender a los clientes.</li> <li>➤ Mantener stock mínimo de existencias de papelería indispensable para el buen desempeño.</li> <li>➤ Mantener actualizada la información contable de la empresa.</li> <li>➤ Responder oportunamente toda correspondencia que llegue a la empresa ya sea interna o de tipo externa.</li> <li>➤ Liquidar nómina quincenalmente.</li> <li>➤ Liquidar al término de cada mes los aportes parafiscales y las prestaciones sociales.</li> <li>➤ Brindar una atención oportuna y efectiva a los clientes.</li> </ul> <p>Otras que le asigne el jefe inmediato y que por naturaleza tengan relación con el cargo.</p>	
<b>EXIGENCIAS DE CONOCIMIENTOS PARA EL CARGO</b>	<p><b>GRADO DE INSTRUCCIÓN</b> Secretaria General con C.A.P del SENA</p> <p><b>EXPERIENCIA</b> Dos años en cargos similares. Conocimientos prácticos en el manejo de computadoras, máquinas sumadoras, etc. Conocimientos prácticos en labores de coordinación, recepción y archivo de correspondencia.</p> <p><b>PERÍODO DE ADAPTACIÓN</b> Quince Días</p>	
<b>DE HABILIDAD</b>	<p><b>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</b> Concentración, capacidad de análisis y síntesis, exactitud, expresión escrita, planeación de actividades. Con frecuencia toma pequeñas decisiones siguiendo los lineamientos de la empresa.</p> <p><b>HABILIDAD MANUAL</b> Permanece la mayor parte del tiempo sentada, ejecuta movimientos sencillos como coger, alcanzar, traer; actividades propias de las labores a cumplir.</p>	

Cuadro 38. Manual de funciones de la Secretaria.

<b>HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL</b>		
<b>EXIGENCIAS DEL CARGO</b>	<b>DE RESPONSABILIDAD</b>	<b>POR SUPERVISIÓN</b> Hacer auto-inspección, revisar el servicio prestado evitando inconformidades en el restaurante y la atención a clientes.
		<b>POR CONTACTO</b> Para dar y recibir información de personas internas y externas de la empresa. Manejo adecuado de los secretos de la empresa.
		<b>POR PROCESOS</b> Responde por la información sobre citaciones, reuniones de los asociados, administrador, demás empleados y las que deban darse al público en general. Responde por los recursos de caja menor, para adquirir materiales o transportes requeridos para la actividad.
		<b>POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPO</b> Responde por los equipos que utiliza en su labor, escritorio, computador, sumadora, sellos y muebles asignados.
		<b>POR MANEJO DE DOCUMENTOS NEGOCIABLES Y DINERO</b> Manejo adecuado de los documentos negociables o el dinero que se recibe por la venta del servicio. Responde por el recibo, envío y archivo de la correspondencia recibida y enviada.
		<b>DE ESFUERZO</b>
<b>VISUAL</b> Esfuerzo visual permanente en la preparación de la correspondencia, preparación de la caja menor y manejo de computadores.		
<b>FÍSICO</b> Esporádicamente transporta o desplaza equipos que no requieren de gran esfuerzo físico.		
<b>RIESGOS DEL CARGO</b>	<b>CONDICIONES AMBIENTALES</b> La iluminación y ventilación son artificiales. El clima es favorable para la utilización de aire acondicionado.	
	<b>RIESGOS DEL CARGO</b> Problemas de desgaste visual debido al manejo constante de computadores, problemas ergonómicos por estar mucho tiempo sentada.	
<b>OBSERVACIONES (EMPLEADO, JEFE, ANALISTA)</b>		
Buen trato humano, excelente presentación personal, imagen y magníficas relaciones interpersonales.		
<hr/> <hr/> <hr/>		
Elaboró _____		Revisó _____

Cuadro 39. Manual de funciones del Auxiliar de Servicios Varios.

<b>HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL</b>		
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> AUXILIAR DE SERVICIOS VARIOS	<b>DEPARTAMENTO:</b> ADMINISTRATIVO
	<b>DIVISIÓN:</b> ADMINISTRATIVA	<b>CARGO JEFE INMEDIATO:</b> GERENTE
	<b>No. DE CARGOS IGUALES:</b> 1	<b>CARGOS QUE SUPERVISA:</b> NINGUNO
	<b>NOMBRE DEL EMPLEADO:</b>	<b>FECHA DE ANÁLISIS</b> JULIO DE 2011
<b>FUNCIONES, TAREAS QUE COMPETEN AL CARGO</b>	<b>FUNCIONES GENERALES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Realizar labores de aseo y desinfección, tales como: limpieza, aspersión, descontaminación en las diferentes áreas de la tienda, utensilios de trabajo, baños, ventanas, puertas, y oficinas.</li> <li>➤ Organizar y atender los servicios de cafetería, preparar y servir tinto, servir agua.</li> <li>➤ Solicitar los utensilios, elementos para la realización de sus labores.</li> <li>➤ Utilizar adecuadamente los diferentes desinfectantes, en las proporciones y concentraciones fijadas por el plan de saneamiento de la empresa y autoridades sanitarias.</li> <li>➤ Realizar de manera eficiente las labores de recolección, conducción, manejo, almacenamiento interno, clasificación, transporte y disposición de los desechos sólidos (basuras), con el propósito de evitar la contaminación, o el deterioro del medio ambiente.</li> </ul> Otras labores que le sean asignadas por el jefe inmediato y que estén relacionadas con su labor.	
<b>EXIGENCIAS DE CONOCIMIENTOS PARA EL CARGO</b>	<b>GRADO DE INSTRUCCIÓN</b> Educación Básica Secundaria.	
	<b>EXPERIENCIA</b> Un año en empresas de servicio	
	<b>CONOCIMIENTOS ESPECIALES</b> Limpieza con respecto al manejo de basuras y elementos reciclables.	
	<b>PERÍODO DE ADAPTACIÓN</b> Quince días.	
<b>DE HABILIDAD</b>	<b>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</b> Dinamismo, colaboración y disciplina	
	<b>HABILIDAD MANUAL</b> Ejecuta movimientos sencillos como coger, alcanzar, traer; actividades propias de las labores a cumplir	
<b>A S D</b>	<b>C N S A B</b>	<b>POR SUPERVISIÓN</b>

Cuadro 39. Manual de funciones del Auxiliar de Servicios Varios.

<b>HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL</b>		
		No tiene personal a su cargo, por lo tanto no supervisa otros funcionarios.
		<b>POR CONTACTO</b> Para servir tinto y agua al personal interno y externo de la empresa. Buen trato y atención de sus compañeros de trabajo y superior inmediato. Para dar y recibir información de lo que necesita la empresa para ser aseada. Manejo adecuado de los secretos de la empresa.
		<b>POR PROCESOS</b> No interviene en procesos directos de prestación del servicio.
		<b>POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPO</b> Responde por el buen manejo de los utensilios que utiliza en las labores propias de su cargo.
		<b>POR EL ASEO DE LA EMPRESA</b> Responder por la limpieza y buena presentación en el lugar de trabajo.
		<b>DE ESFUERZO</b>
<b>VISUAL</b> Esfuerzo visual permanente, labores propias de su cargo.		
<b>FÍSICO</b> Requiere esfuerzo físico mínimo para mover escritorios, mesas y sillas para un mejor desempeño de su trabajo.		
<b>RIESGOS DEL CARGO</b>	<b>CONDICIONES AMBIENTALES</b> La iluminación y ventilación son artificiales. El clima es favorable para la utilización de aire acondicionado.	
	<b>RIESGOS DEL CARGO</b> Problemas ergonómicos por el movimiento de objetos, desplazamiento de bebidas calientes, utilización de productos químicos para el lavado del baño.	
<b>OBSERVACIONES (EMPLEADO, JEFE, ANALISTA)</b>		
Disciplina, discreción y buen manejo de relaciones interpersonales. _____ _____ _____		
Elaboró _____		Revisó _____

Cuadro 40. Manual de funciones del Jefe de Cocina.

<b>HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL</b>		
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> JEFE DE COCINA	<b>DEPARTAMENTO:</b> OPERATIVO
	<b>DIVISIÓN:</b> TÉCNICA	<b>CARGO JEFE INMEDIATO:</b> GERENTE
	<b>No. DE CARGOS IGUALES:</b> 1	<b>CARGOS QUE SUPERVISA:</b> TRES
	<b>NOMBRE DEL EMPLEADO:</b>	<b>FECHA DE ANÁLISIS</b> JULIO DE 2011
<b>FUNCIONES, TAREAS QUE COMPETEN AL CARGO</b>	<p><b>FUNCIONES GENERALES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cumplir con el horario asignado.</li> <li>➤ Planear el menú a ofrecer en el restaurante.</li> <li>➤ Establecer el pedido de compras.</li> <li>➤ Verificar que los alimentos reúnen las normas de calidad necesarias.</li> <li>➤ Dirigir, capacitar y mostrar al personal que tiene a cargo los nuevos equipos y técnicas de cocina.</li> <li>➤ Estar actualizado en nuevas tendencias en la cocina.</li> <li>➤ Motivar a sus auxiliares de cocina a ser creativos e innovadores.</li> <li>➤ Mantener en buen funcionamiento la cocina.</li> <li>➤ Revisar diariamente las tareas asignadas y darles cumplimiento.</li> <li>➤ Cuidar los elementos, materiales y equipos a su cargo.</li> <li>➤ Seleccionar el personal de la cocina.</li> <li>➤ Asegurarse que todo el menú este elaborado oportunamente</li> <li>➤ Brindar una atención oportuna y efectiva a los clientes del restaurante.</li> <li>➤ Mantener excelente presentación e higiene personal.</li> <li>➤ Informar al Gerente, de cualquier anomalía que se presente.</li> <li>➤ Participar en las reuniones de personal cuando considere necesario su presencia.</li> </ul> <p>Otras que le asigne el jefe inmediato y que por naturaleza tengan relación con el cargo.</p>	
<b>EXIGENCIAS DE CONOCIMIENTOS PARA EL CARGO</b>	<p><b>GRADO DE INSTRUCCIÓN</b> Título en Licenciatura de Cocina Profesional .</p> <p><b>EXPERIENCIA</b> Dos años en cargos similares.</p> <p><b>CONOCIMIENTOS ESPECIALES</b> Conocimientos en gastronomía, culinarios, en nutrición, control de sanidad y menaje de cocina.</p> <p><b>PERÍODO DE ADAPTACIÓN</b> Dos meses</p>	

Cuadro 40. Manual de funciones del Jefe de Cocina.

<b>HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL</b>	
<b>DE HABILIDAD</b>	<b>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</b> Con frecuencia toma ciertas decisiones siguiendo los lineamientos de la empresa
	<b>HABILIDAD MANUAL</b> Ejecuta movimientos sencillos como coger, alcanzar, traer, caminar; actividades propias de las labores a cumplir.
<b>EXIGENCIAS DEL CARGO</b>	<b>DE RESPONSABILIDAD</b>
	<b>POR SUPERVISIÓN</b> Hacer auto-inspección, revisar y coordinar las actividades de las personas a cargo
	<b>POR CONTACTO</b> Para dar y recibir información de personas internas y externas de la empresa. Manejo adecuado de los secretos de la empresa.
	<b>POR PROCESOS</b> En la técnicas utilizadas en la cocina. En la coordinación con sus auxiliares en las fases de desarrollo del menú diario en el restaurante.
	<b>POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPO</b> Responde por los implementos asignados para el desempeño de su labor.
	<b>POR MANEJO DE DOCUMENTOS NEGOCIABLES Y DINERO</b> No maneja documentos negociables
	<b>DE ESFUERZO</b>
	<b>MENTAL</b> En la solución de inconvenientes, presentados al realizar las labores propias de su trabajo.
	<b>VISUAL</b> Esfuerzo visual permanente en la preparación de los alimentos
	<b>FÍSICO</b> Permanentemente manipula objetos corto-punzantes y a elevadas temperaturas que requieren de gran esfuerzo físico.
<b>RIESGOS DEL CARGO</b>	<b>CONDICIONES AMBIENTALES</b> La iluminación y ventilación son artificiales.
	<b>RIESGOS DEL CARGO</b> Problemas posturales, visuales, accidentes dentro de la empresa y en la vía.
<b>OBSERVACIONES (EMPLEADO, JEFE, ANALISTA)</b>	
Excelente disciplina y trato interpersonal.	
<hr/> <hr/> <hr/>	
_____ Elaboró	_____ Revisó

Cuadro 41. Manual de funciones de Auxiliar de cocina.

<b>HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL</b>		
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> AUXILIAR DE COCINA	<b>DEPARTAMENTO:</b> OPERATIVO
	<b>DIVISIÓN:</b> TÉCNICA	<b>CARGO JEFE INMEDIATO:</b> JEFE DE COCINA
	<b>No. DE CARGOS IGUALES:</b> 3	<b>CARGOS QUE SUPERVISA:</b> NINGUNO
	<b>NOMBRE DEL EMPLEADO:</b>	<b>FECHA DE ANÁLISIS</b> JULIO DE 2011
<b>FUNCIONES, TAREAS QUE COMPETEN AL CARGO</b>	<b>FUNCIONES GENERALES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cumplir con el horario asignado.</li> <li>➤ Revisar diariamente las tareas asignadas y darles cumplimiento.</li> <li>➤ Disponer adecuadamente, las herramientas utensilios y materiales de trabajo.</li> <li>➤ Organizar cavas, neveras y armarios.</li> <li>➤ Lavar, pelar, tornear, y cortar, legumbres, hortalizas, carnes y alimentos en general.</li> <li>➤ Preparar fondos, ensaladas y salsas.</li> <li>➤ Colaborar al jefe de cocina en el servicio de alimentación.</li> <li>➤ Limpiar y arreglar su puesto de trabajo y colaborar en el arreglo en general de la cocina.</li> <li>➤ Participar en los inventarios.</li> <li>➤ Cuidar los elementos, materiales y equipos a su cargo.</li> <li>➤ Mantener una excelente higiene personal.</li> <li>➤ Informar al gerente o a quien corresponda, de cualquier anomalía que se presente.</li> <li>➤ Participar en las reuniones de personal cuando considere necesario su presencia.</li> <li>➤ Otras que le asigne el jefe inmediato y que por naturaleza tengan relación con el cargo.</li> </ul>	
<b>EXIGENCIAS DE CONOCIMIENTOS PARA EL CARGO</b>	<b>GRADO DE INSTRUCCIÓN</b> Título técnico de Ayudante de Cocina.	
	<b>EXPERIENCIA</b> Dos años en cargos similares.	
	<b>CONOCIMIENTOS ESPECIALES</b> Conocimientos técnicos en manipulación de alimentos y normas de seguridad e higiene.	
	<b>PERÍODO DE ADAPTACIÓN</b> Dos meses.	

Cuadro 41. Manual de funciones de Auxiliar de cocina.

<b>HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL</b>	
<b>DE HABILIDAD</b>	
<p><b>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</b> Con frecuencia toma pequeñas decisiones siguiendo los lineamientos de la empresa.</p>	
<p><b>HABILIDAD MANUAL</b> Ejecuta movimientos sencillos como coger, alcanzar, traer, caminar; actividades propias de las labores a cumplir.</p>	
<b>EXIGENCIAS DEL CARGO</b>	<b>DE RESPONSABILIDAD</b>
	<p><b>POR SUPERVISIÓN</b> No tiene personas a cargo por tanto no realiza supervisión a funcionarios</p>
	<p><b>POR CONTACTO</b> Para dar y recibir información de personas internas y externas de la empresa. Manejo adecuado de los secretos de la empresa.</p>
	<p><b>POR PROCESOS</b> No responde por procesos.</p>
	<p><b>POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPO</b> Responde por los implementos asignados para el desempeño de su labor.</p>
	<p><b>POR MANEJO DE DOCUMENTOS NEGOCIABLES Y DINERO</b> No maneja documentos negociables.</p>
	<b>DE ESFUERZO</b>
	<p><b>MENTAL</b> En la solución de inconvenientes, presentados al realizar las labores propias de su trabajo.</p>
	<p><b>VISUAL</b> Esfuerzo visual permanente en la preparación de los alimentos.</p>
	<p><b>FÍSICO</b> Permanentemente manipula utensilios cortantes y gran carga dinámica al permanecer muchas horas de pie.</p>
<b>RIESGOS DEL CARGO</b>	<p><b>CONDICIONES AMBIENTALES</b> La iluminación y ventilación son artificiales.</p>
	<p><b>RIESGOS DEL CARGO</b> Cortes y amputaciones por elementos cortantes. Quemaduras con recipientes de cocina, freidoras, estufas, hornos, etc. Problemas posturales, visuales, accidentes dentro de la empresa y en la vía.</p>
<b>OBSERVACIONES (EMPLEADO, JEFE, ANALISTA)</b>	
<p>Excelente disciplina y trato interpersonal.</p> <hr/> <hr/>	
Elaboró _____	Revisó _____

Cuadro 42. Manual de funciones de Cajera.

<b>HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL</b>		
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> CAJERA	<b>DEPARTAMENTO:</b> ADMINISTRATIVO
	<b>DIVISIÓN:</b> ADMINISTRATIVA	<b>CARGO JEFE IMEDIATO:</b> GERENTE
	<b>Nº DE CARGOS IGUALES:</b> 1	<b>CARGOS QUE SUPERVISA:</b> NINGUNO
	<b>NOMBRE DEL EMPLEADO:</b>	<b>FECHA DE ANÁLISIS:</b> JULIO DE 2011
<b>FUNCIONES , TAREAS QUE COMPETEN EN EL CARGO</b>	<b>FUNCIONES GENERALES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cumplir con el horario asignado.</li> <li>➤ Revisar diariamente las tareas asignadas y darles cumplimiento.</li> <li>➤ Recibir y atender los clientes de manera amable y respetuosa.</li> <li>➤ Sumar la cantidad debida por la compra de los clientes en el restaurante.</li> <li>➤ Recoger el pago de los clientes del restaurante.</li> <li>➤ Atender la caja en forma efectiva.</li> <li>➤ Administrar el dinero de la caja de forma honesta y transparente.</li> <li>➤ Elaborar las cuentas y arqueos de caja al terminar su turno.</li> <li>➤ Responder por inconsistencias encontradas en el control y manejo interno del dinero posterior al arqueos de caja diario.</li> <li>➤ Conservar una excelente presentación personal durante su turno.</li> <li>➤ Mantener actualizada e informada con respecto a los precios del restaurante.</li> <li>➤ Brindar una atención oportuna y efectiva a los clientes.</li> <li>➤ Cuidar los elementos, materiales y equipos a su cargo.</li> </ul> <p>Otras que le asigne el jefe inmediato y que por naturaleza tengan relación con el cargo.</p>	
<b>EXIGENCIAS DEL CARGO EN CONOCIMIENTOS</b>	<b>GRADO DE INSTRUCCIÓN:</b> Educación básica secundaria	
	<b>EXPERIENCIA:</b> Dos años en cargos similares. Conocimientos prácticos en el manejo de cajas registradoras.	
	<b>CONOCIMIENTOS ESPECIALES:</b> Manejo y mantenimiento básico de una caja registradora. Dominar el empleo de transacciones realizadas utilizando el substitutivo del dinero en efectivo.	
	<b>PERIODO DE ADAPTACIÓN:</b> Quince Días	
<b>F O S</b>	<b>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</b>	

Cuadro 42. Manual de funciones de Cajera.

<b>HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL</b>		
	<p>Concentración, capacidad de análisis y síntesis, exactitud, y planeación de actividades. Con frecuencia toma pequeñas decisiones siguiendo los lineamientos de la empresa</p> <p><b>HABILIDAD MANUAL</b> Permanece la mayor parte del tiempo sentada, ejecuta movimientos sencillos como coger, alcanzar, traer; actividades propias de las labores a cumplir.</p>	
<b>EXIGENCIAS DEL CARGO</b>	<b>DE RESPONSABILIDAD</b>	<b>POR SUPERVISIÓN</b> No tiene personal a cargo por tanto no realiza actividades inspección a funcionarios.
		<b>POR CONTACTO</b> Para dar y recibir información de personas internas y externas de la empresa. Manejo adecuado de los secretos de la empresa.
		<b>POR PROCESOS</b> Responde por los recursos monetarios recibidos diariamente.
		<b>POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPO</b> Responde por los equipos que utiliza en su labor, escritorio, caja registradora, datafono, y muebles asignados.
		<b>POR MANEJO DE DOCUMENTOS NEGOCIABLES Y DINERO</b> Manejo adecuado de los documentos negociables o el dinero que se recibe por la venta del servicio
	<b>DE ESFUERZO</b>	<b>MENTAL</b> En la ejecución informes de cuentas presentados, al realizar las labores propias de su trabajo y toma de decisiones.
		<b>VISUAL</b> Esfuerzo visual permanente manipulación de la caja registradora.
		<b>FÍSICO</b> Esporádicamente transporta o desplaza equipos que no requieren de gran esfuerzo físico.
	<b>PENOSIDAD DEL CARGO</b>	<b>CONDICIONES AMBIENTALES:</b> La iluminación y ventilación son artificiales. El clima es favorable para la utilización de aire acondicionado.
		<b>RIESGOS DEL CARGO</b> Lesiones repetidas de tensión, debido a los movimientos repetidos, para introducir la información en el teclado numérico de la caja. Problemas de desgaste visual, y problemas ergonómicos por estar mucho tiempo sentada.
<b>OBSERVACIONES (EMPLEADO, JEFE, ANALISTA)</b>		
<p>Buen trato humano, excelente presentación personal, imagen y magnificas relaciones interpersonales</p> <p>_____</p> <p>_____</p>		
Elaboró _____	Revisó _____	

Cuadro 43. Manual de funciones de Asistente de báscula.

<b>HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL</b>		
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> AUXILIAR DE BÁSCULA	<b>DEPARTAMENTO:</b> TÉCNICO
	<b>DIVISIÓN:</b> TÉCNICA	<b>CARGO JEFE INMEDIATO:</b> GERENTE
	<b>No. DE CARGOS IGUALES:</b> 3	<b>CARGOS QUE SUPERVISA:</b> NINGUNO
	<b>NOMBRE DEL EMPLEADO:</b>	<b>FECHA DE ANÁLISIS</b> JULIO DE 2011
<b>FUNCIONES, TAREAS QUE COMPETEN AL CARGO</b>	<b>FUNCIONES GENERALES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Realizar labores organización y adecuación de los módulos donde se encuentran los alimentos preparados.</li> <li>➤ Conocer el menú diario ofrecido por el restaurante.</li> <li>➤ Dar un trato amable y cordial al cliente.</li> <li>➤ Respetar el orden cronológico en el servicio al cliente.</li> <li>➤ Atender a los clientes y pesar los alimentos según la preferencia de los clientes.</li> <li>➤ Dar el ticket de peso para pago en caja.</li> <li>➤ Mantener una excelente presentación e higiene personal.</li> <li>➤ Sugerir de manera acertada un plato si el cliente lo solicita.</li> <li>➤ Estar atento a una queja u observación que el cliente manifieste.</li> <li>➤ Realizar un manejo adecuado de los alimentos que no ingieran los clientes.</li> </ul> Otras labores que le sean asignadas por el jefe inmediato y que estén relacionadas con su labor.	
<b>EXIGENCIAS DE CONOCIMIENTOS PARA EL CARGO</b>	<b>GRADO DE INSTRUCCIÓN</b> Educación Básica Secundaria.	
	<b>EXPERIENCIA</b> Dos años en empresas productivas.	
	<b>CONOCIMIENTOS ESPECIALES</b> Habilidades en comunicación, y vocación de servicio al cliente.	
	<b>PERÍODO DE ADAPTACIÓN</b> Quince días.	
<b>DE HABILIDAD</b>	<b>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</b> Dinamismo, colaboración, y disciplina.	
	<b>HABILIDAD MANUAL</b> Ejecuta movimientos sencillos como coger, alcanzar, traer; actividades propias de las labores a cumplir.	
<b>- A S D E L O Z S A B -</b>	<b>POR SUPERVISIÓN</b>	

Cuadro 43. Manual de funciones de Asistente de báscula.

<b>HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL</b>		
	<p>No tiene personal a su cargo, por lo tanto no supervisa otros funcionarios.</p>	
	<p><b>POR CONTACTO</b>                      Para servir los alimentos a los clientes.                      Buen trato y atención de sus compañeros de trabajo y superior inmediato.                      Para dar y recibir información de lo que necesita para mantener surtido los módulos donde se encuentran los alimentos preparados.                      Manejo adecuado de los secretos de la empresa.</p>	
	<p><b>POR PROCESOS</b>                      No interviene en procesos directos de prestación del servicio.</p>	
	<p><b>POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPO</b>                      Responde por el buen manejo de los utensilios que utiliza en las labores propias de su cargo.</p>	
	<p><b>POR MANEJO DE DOCUMENTOS NEGOCIABLES Y DINERO</b>                      No maneja documentos negociables</p>	
	<b>DE ESFUERZO</b>	<p><b>MENTAL</b>                      No requiere de esfuerzo mental.</p>
		<p><b>VISUAL</b>                      Esfuerzo visual permanente, labores propias de su cargo.</p>
<p><b>FÍSICO</b>                      Requiere esfuerzo físico mínimo para manipular utensilios propios de su cargo, mesas y sillas para un mejor desempeño de su trabajo.</p>		
<b>RIESGOS DEL CARGO</b>	<p><b>CONDICIONES AMBIENTALES</b>                      La iluminación y ventilación son artificiales. El clima es favorable para la utilización de aire acondicionado.</p>	
	<p><b>RIESGOS DEL CARGO</b>                      Problemas ergonómicos por el movimiento de objetos, desplazamiento de bebidas calientes, utilización de productos químicos para el lavado del baño.                      Carga dinámica por mantener muchas horas de pie.</p>	
<b>OBSERVACIONES (EMPLEADO, JEFE, ANALISTA)</b>		
<p>Disciplina, discreción y buen manejo de relaciones interpersonales.</p> <p>_____</p> <p>_____</p>		
Elaboró _____	Revisó _____	

Cuadro 44. Manual de funciones del Contador.

<b>HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL</b>		
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> CONTADOR	<b>DEPARTAMENTO:</b> GERENCIA
	<b>DIVISIÓN:</b> ADMINISTRATIVA	<b>CARGO JEFE IMEDIATO:</b> GERENTE
	<b>Nº DE CARGOS IGUALES:</b> 1	<b>CARGOS QUE SUPERVISA:</b> NINGUNO
	<b>NOMBRE DEL EMPLEADO:</b>	<b>FECHA DE ANÁLISIS:</b> JULIO DE 2011
<b>FUNCIONES, TAREAS QUE COMPETEN EN EL CARGO</b>	<b>FUNCIÓN PRINCIPAL:</b> La función principal del Contador se resume: Brindar asesoría contable en las diferentes actividades financieras de la empresa, tanto de carácter laboral como contractual.	
	<b>FUNCIONES ESPECIFICAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Velar por la presentación oportuna de los pagos de impuestos, IVA, Retefuente de la empresa.</li> <li>· Revisar toda la información y los documentos pertinentes al manejo contable de la empresa. Inspeccionar los documentos permanentemente.</li> </ul>	
<b>EXIGENCIAS DEL CARGO EN CONOCIMIENTOS</b>	<b>GRADO DE INSTRUCCIÓN:</b>  Universitario - Contador Público	
	<b>EXPERIENCIA:</b>  Mínimo 1 año desempeñando cargos similares	
	<b>CONOCIMIENTOS ESPECIALES:</b>  Contable y financiero	
	<b>PERIODO DE ADAPTACIÓN:</b>  Dos meses	
<b>REQUERIMIENTOS DE HABILIDAD</b>	<b>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· En la elaboración y revisión de informes contables, solución de inconvenientes, presentados al realizar las labores propias de su profesión y toma de decisiones.</li> </ul>	
	<b>HABILIDAD MANUAL:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· En el manejo de la documentación propia de la empresa.</li> </ul>	
	<b>HABILIDAD TÉCNICA:</b> Manejo del computador y programas contables	
<b>EXIGENCIAS DEL CARGO EN CONOCIMIENTOS</b>	<b>POR SUPERVISIÓN:</b>	

Cuadro 43. Manual de funciones de Asistente de báscula.

<b>HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL</b>	
<b>DE ESFUERZO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Supervisa las tareas contables realizadas por la secretaria.</li> </ul>
	<b>POR MANEJO DE VALORES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Únicamente por documentos valores que competan en el desarrollo de sus funciones.</li> </ul>
	<b>POR PROCESOS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Manejar adecuadamente los secretos de la empresa</li> </ul>
	<b>POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPO</b> Ninguno
	<b>POR MANEJO DEL PRODUCTO:</b> Ninguno
	<b>MENTAL:</b> Requiere esfuerzo mental para rendir informes contables
	<b>VISUAL:</b> Normal
	<b>FÍSICO:</b> Ninguno
Excelente trato humano y magnífica relación interpersonal <b>OBSERVACIONES (EMPLEADO, JEFE, ANALISTA)</b> <hr/> <hr/> <hr/>	
_____ Elaboró	_____ Revisó

Cuadro 45. Manual de funciones del Celador.

<b>HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL</b>		
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> CELADOR	<b>DEPARTAMENTO:</b> ADMINISTRATIVO
	<b>DIVISIÓN:</b> ADMINISTRATIVA	<b>CARGO JEFE IMEDIATO:</b> GERENTE
	<b>Nº DE CARGOS IGUALES:</b> 1	<b>CARGOS QUE SUPERVISA:</b> NINGUNO
	<b>NOMBRE DEL EMPLEADO:</b>	<b>FECHA DE ANÁLISIS:</b> JULIO DE 2011
<b>FUNCIONES, TAREAS QUE COMPETEN EN EL CARGO</b>	<b>FUNCIONES GENERALES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cumplir con el horario asignado.</li> <li>➤ Revisar diariamente las tareas asignadas y darles cumplimiento.</li> <li>➤ Cuidar los elementos, materiales y equipos a su cargo.</li> <li>➤ Emplear adecuadamente el arma de dotación e informar cuando haga uso de ella.</li> <li>➤ Informar al gerente o a quien corresponda, de cualquier anomalía que se presente.</li> <li>➤ Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato.</li> <li>➤ Participar en las reuniones de personal cuando considere necesario su presencia.</li> <li>➤ Mantener la zona de trabajo limpia.</li> <li>➤ Otras que le asigne el jefe inmediato y que por naturaleza tengan relación con el cargo.</li> </ul>	
<b>EXIGENCIAS DEL CARGO EN CONOCIMIENTOS</b>	<b>GRADO DE INSTRUCCIÓN:</b> Título de Bachiller, Curso de Seguridad	
	<b>EXPERIENCIA:</b> Tres años en cargos similares. Conocimientos prácticos en labores de concernientes al cargo.	
	<b>CONOCIMIENTOS ESPECIALES:</b> Labores de vigilancia, normas de seguridad, conducción	
	<b>PERIODO DE ADAPTACIÓN:</b> Quince Días	
<b>REQUERIMIENTOS DE HABILIDAD</b>	<b>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Con frecuencia toma pequeñas decisiones siguiendo los lineamientos de la empresa.</li> </ul> <b>HABILIDAD MANUAL:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejecuta movimiento inherentes a la actividad que desarrolla como vigilante externo del restaurante</li> </ul>	
<b>EXCEN</b>	<b>POR SUPERVISIÓN:</b>	

Cuadro 45. Manual de funciones del Celador.

<b>HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Hacer inspección, rondas en los sitios del restaurante durante el turno.</li> </ul>
	<p><b>POR CONTACTO:</b> Para dar y recibir información de personas internas y externas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Manejo adecuado de los bienes de la empresa.</li> </ul>
	<p><b>POR PROCESOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ No responde por procesos</li> </ul>
	<p><b>POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Responde por los implementos asignados para el desempeño de su labor</li> </ul>
	<p><b>POR MANEJO DE DOCUMENTOS NEGOCIABLES Y DINERO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ No maneja documentos negociables</li> </ul>
<b>DE ESFUERZO</b>	<p><b>MENTAL:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ En la solución de inconvenientes presentados al realizar las labores propias de su cargo.</li> </ul>
	<p><b>VISUAL:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Esfuerzo visual permanente según su labor.</li> </ul>
	<p><b>FÍSICO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Permanecer de pie todo el turno.</li> </ul>
<b>PENOSIDAD DEL CARGO</b>	<p><b>CONDICIONES AMBIENTALES:</b> La iluminación y ventilación son artificiales.</p>
	<p><b>RIESGOS DEL CARGO</b> Atracos, incendios en el restaurante.</p>
<p>Disciplina, manejo de la información y buenas relaciones interpersonales.</p> <p><b>OBSERVACIONES (EMPLEADO, JEFE, ANALISTA)</b></p> <hr/> <hr/> <hr/>	
<p>Elaboró _____</p>	<p>Revisó _____</p>

**4.3.3 Estructura salarial.** Ésta se plantea de acuerdo al sistema de jerarquización, ordenando los cargos según la importancia, teniendo en cuenta la función principal que desarrollará cada uno.

Para asignar el salario al cargo de mayor jerarquía se toman como base los salarios promedios de la plaza para este tipo de empleo, teniendo en cuenta la capacidad económica de la empresa y al más bajo en la tabla de jerarquización se le asignará de acuerdo a lo establecido por el gobierno como salario mínimo. Los demás cargos fueron ubicados dentro de la escala jerárquica teniendo en cuenta su responsabilidad, el nivel de educación requerido para el mismo, el riesgo en el desarrollo de las labores diarias y el grado de importancia.

Se tiene en cuenta para el año 2011, que el salario mínimo legal vigente está en:

Salario mínimo legal               \$ 535.600.  
Auxilio de transporte               \$ 63.000.

Cuadro 46. Estructura salarial de Kilo Gourmet Ltda.

<b>CARGOS</b>	<b>ASIGNACIÓN SALARIAL</b>
1 Gerente-tiempo completo.	\$1.200.000.
1 Asesor Contable-prestación servicios.	\$250.000 Asesoría mensual.
1 Secretaria-tiempo completo.	\$800.000 + 63.000 Transporte.
1 Celador- Externa	\$150.000 Celaduría mensual.
1 Aux. Serv. Varios.-tiempo completo.	\$535.600 + 63.000 Transporte.
1 Jefe de Cocina-tiempo completo.	\$1.100.000 + 63.000 Transporte.
3 Aux. de Cocina tiempo-completo.	\$600.000 + 63.000 Transporte.
3 Auxiliares de báscula medio-tiempo.	\$300.000 + 63.000 Transporte.
2 Cajeras medio tiempo.	\$300.000 + 63.000 Transporte.

Fuente: Ministerio de Trabajo y protección social.

La seguridad social se proyecta con base en lo estipulado por ley y se reflejan sus valores y porcentajes en el siguiente cuadro:

Cuadro 47. Valores a cargo del empleador.

<b>ITEM</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Cesantías	8,333%
Intereses de cesantías	0,000833%
Vacaciones	4,167%
Prima	8,333%
Parafiscales	9,000%
Salud y pensión	20,5%
Riesgos profesionales	0,696%
Dotación (salario básico)	7,000%
<b>TOTAL A CARGO DEL EMPLEADOR</b>	<b>58.029%</b>

Fuente: Ministerio del trabajo.

Cuadro 48. Seguridad Social.

COMPONENTES	PORCENTAJE
Salud	TOTAL 12,5% 8,5% asumido por el empleador 4% asumido por el trabajador
Pensión	TOTAL 15.5%-16 11.625% asume el empleador 12 3.875% asume el trabajador 4
Riesgos profesionales	Se calcula de acuerdo con los niveles de riesgo y los asume el empleador. 0.696.
TOTAL ASUME EL EMPLEADOR	20.5% + 0.696 = 21,196%.
TOTAL ASUME EL EMPLEADO	8%

Fuente: Ministerio del trabajo.

Cabe aclarar que las empresas que ingresan por primera vez a este sistema de riesgos profesionales, cotizará por el valor inicial a la clase de riesgo que le corresponde. Los aportes parafiscales se le atribuyen a tres instituciones y los asume en su totalidad el empleador.

Cuadro 49. Aportes parafiscales

INSTITUCIONES	PORCENTAJES
- CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	4%
- SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE (SENA)	2%
- INSTITUTO COLOMBIANO DE BIENESTAR FAMILIAR (ICBF)	3%
<b>TOTAL</b>	<b>9%</b>

Fuente: Ministerio del trabajo.

#### 4.4 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Kilo gourmet Ltda., se crea como una empresa de responsabilidad limitada, tiene como propósito la venta de comidas a gusto del cliente por kilo donde el cliente sólo paga lo que consume con un talento humano calificado.

Kilo gourmet tiene como misión la venta de comidas por kilo estilo buffete donde el cliente cancela solo lo que consume, para el año 2016, se proyecta con reconocimiento en ventas de comidas que ofrece el mejor servicio y atención altamente competitivo con que cumple con las expectativas de sus clientes.

La puesta en marcha de este restaurante genera 11 empleos directos en el área operativa, 7 empleos directos en el área administrativa y dos indirectos que pertenecen al área administrativa y 4 operativos.

## 5. ESTUDIO FINANCIERO

En este estudio se presentan las inversiones, los egresos, ingresos y los respectivos estados financieros proyectados a cinco años que permiten conocer y tomar una decisión sobre la puesta en marcha de la empresa. Se toman como base los estudios de mercados, técnico y administrativo.

### 5.1 INVERSIONES

**5.1.1 Inversión fija.** Está compuesta por la maquinaria, equipos, muebles y enseres requeridos por la empresa.

❖ **Maquinaria y equipo.** Ver detalle en el siguiente cuadro.

Cuadro 50. Maquinaria y equipos de producción.

CANT.	DESCRIPCIÓN	VR. UNITARIO	VR. TOTAL
1	Cocina Industrial sin horno.	\$ 5.200.000	\$ 5.200.000
1	Freidora a gas.	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
1	Cortador de vegetales.	\$ 2.900.000	\$ 2.900.000
1	Licuada industrial.	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
1	Batidora.	\$ 2.680.000	\$ 2.680.000
1	Horno industrial a gas.	\$ 900.000	\$ 900.000
1	Báscula electrónica digital.	\$ 81.800	\$ 81.800
1	Carro de servicio.	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000
1	Cuarto frío.	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000
<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			<b>\$ 27.561.800</b>

Fuente: Cotizaciones varias. Ver anexo E.

❖ **Muebles y enseres.** Se presentan en el siguiente cuadro:

Cuadro 51. Muebles y enseres de producción.

CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VARLOR TOTAL
1	Mesa de trabajo	\$ 1.400.000	\$ 2.800.000
1	Olla arrocera.	\$ 750.000	\$ 750.000
1	Dispensador de Bebidas	\$ 3.200.000	\$ 3.200.000
1	Módulo Caliente.	\$ 8.500.000	\$ 8.500.000
3	Balanza electrónica con impresora.	\$ 650.000	\$ 1.950.000
2	Olla recta para cocción 18 Lts.	\$ 350.000	\$ 700.000
2	Olla recta para cocción 10 lts.	\$ 150.000	\$ 300.000

Cuadro 51. Muebles y enseres de producción.

<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VARLOR TOTAL</b>
2	Olla recta para cocción, 20 Lts.	\$ 265.000	\$ 530.000
2	Olla recta para cocción, 30 Lts..	\$ 350.000	\$ 700.000
3	Recipiente para alimentos, 4 Lts.	\$ 35.000	\$ 105.000
2	Recipiente para alimentos, 6 Lts.	\$ 56.000	\$ 112.000
2	Samovar redondo, 4 Lts.	\$ 190.000	\$ 380.000
2	Samovar rectangular, 8,5 lts.	\$ 430.000	\$ 860.000
2	Samovar ovalado, 5.5 Lts.	\$ 280.000	\$ 560.000
100	Juegos de cubiertos.	\$ 24.000	\$ 2.400.000
20	Mesas, 4 puetos, en aluminio.	\$ 350.000	\$ 7.000.000
100	Sillas sin brazo	\$ 80.000	\$ 8.000.000
100	Platos para seco	\$ 16.000	\$ 1.600.000
100	Taza para sopa	\$ 12.000	\$ 1.200.000
100	Bandeja plástica	\$ 8.000	\$ 800.000
2	Caja registradora	\$ 450.000	\$ 900.000
1	Utensilios varios.	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>\$ 43.347.000</b>

Fuente: Cotizaciones varias.

Cuadro 52. Muebles y enseres de oficina.

<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>V/R. UNIT.</b>	<b>V/R TOTAL</b>
	<b>MUEBLES Y ENSERES</b>		
2	Escritorios	\$ 250.000	\$ 500.000
2	Sillas giratorias	\$ 200.000	\$ 400.000
1	Archivador de 3 gavetas	\$ 300.000	\$ 300.000
4	Sillas Visitantes	\$ 80.000	\$ 320.000
2	Papeleras	\$ 35.000	\$ 70.000
1	Grapadora metálica	\$ 15.000	\$ 15.000
1	Perforadora	\$ 20.000	\$ 20.000
1	Locker de 12 compartimientos 1.20 x 2 m.	\$ 220.000	\$ 220.000
2	Extintores de 20 libras	\$ 65.000	\$ 130.000
1	Juego de contenedores para basura	\$ 450.000	\$ 450.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$2.425.000</b>

Fuente: Cotizaciones varias.

**Equipo de oficina.** Se presentan en el siguiente cuadro.

Cuadro 53. Equipo de oficina.

CANT	DESCRIPCIÓN – EQUIPO DE OFICINA	VR UNIT.	VR TOTAL
3	Aire acondicionado mini split	\$1.000.000	\$3.000.000
2	Computador, con impresora, scanner y XP/leg.	\$2.500.000	\$5.000.000
1	Software X PRO	\$3.005.130	\$3.005.130
2	Calculadora Casio.	\$15.000	\$30.000
3	Aparatos telefónicos.	\$45.000	\$135.000
1	Planta de sonido con 8 parlantes y cableado.	\$1.900.000	\$1.900.000
1	Televisor plasma 42	\$1.250.000	\$1.250.000
	<b>TOTAL EQUIPO DE OFICINA</b>		<b>\$14.320.130</b>

Fuente: Cotizaciones varias.

❖ **Total inversión fija.** En el siguiente cuadro se resumen las inversiones necesarias para la creación de un restaurante de comida por peso en Barrancabermeja.

Cuadro 54. Inversión fija.

DESCRIPCIÓN	AÑO 0
Maquinaria y equipos	\$ 27.561.800
Muebles y enseres producción	\$ 43.347.000
Muebles y enseres oficina	\$ 2.425.000
Equipos de oficina	\$ 14.320.130
<b>TOTAL INVERSIONES FIJAS</b>	<b>\$ 87.653.930</b>

Fuente: Cotizaciones varias.

**5.1.2 Inversión diferida.** Está representada por los gastos preoperativos en que incurre la empresa antes de iniciar las actividades normales como: estudios, constitución, licencias, publicidad de lanzamiento, adecuaciones, entre otros. Se hace amortización de diferido a los cinco años de vida útil del proyecto.

❖ **Construcción y adecuaciones locativas.** De acuerdo a las necesidades requeridas en el sitio elegido para la prestación del servicio y según presupuesto asciende al valor de \$50.000.000, **Ver anexo F**. Este se define con base al cumplimiento de lo requerido por la Secretaría de Salud local y las BPM, en lo referente a enchapes, desagües, griferías y baterías sanitarias requeridas.

Cuadro 55. Inversión diferida.

<b>DESCRIPCIÓN</b>		<b>AÑO 0</b>
Estudio de factibilidad		2.000.000
Construcción y adecuaciones		50.000.000
<b>Gastos de Constitución</b>		302.000
Cámara de comercio(1)	250.000	
Uso de suelo.(2)	35.000	
Licencia seguridad(bomberos)(3)	10.000	
Licencia Secretaría de Salud	7.000	
<b>Publicidad de lanzamiento</b>		1.494.900
<b>INVERSIONES DIFERIDAS</b>		<b>53.796.900</b>

Fuente: (1), cámara de comercio, (2) planeación municipal, (3) bomberos.

**5.1.3 Inversión de capital de trabajo.** Es el estimativo de efectivo necesario a tener antes del inicio de las actividades normales de la empresa, éste se halla teniendo en cuenta que se tiene como política de venta al contado, por lo tanto se deben tener recursos para el primer mes de funcionamiento. Su especificación en conceptos y valores se determinan teniendo en cuenta los egresos que se presentan a continuación.

❖ **Costos del servicio.**

La fuente de información para cada servicio fue suministrada por nutricionista, consumo pesado en un almuerzo en diversos restaurantes de la ciudad y el promedio que en este tipo de restaurantes consume una persona el cual oscila entre 500 y 550 gramos.

El servicio a prestar parte del costo principal que es la elaboración de los alimentos a ofrecer, partiendo del consumo que prefieren los clientes entre los cuales están la proteína (carne vacuna, carne de pollo, carne de cerdo y pecados), luego se estima las verduras a consumir en ensaladas; se determinan los carbohidratos entre los cuales pueden estar arroz, papa, plátano, pastas etc; el jugo y postre, los cuales se presupuestan para el consumo del día en el caso del

año 105 consumos de almuerzo diarios que llevados al peso por kilo sean de aproximadamente 500 a 550 gramos por persona los cuales se estandarizan para establecer el precio.

Para el caso de las proteínas, se pudo conocer que de crudo a cocido la merma promedio de las proteínas es del 20%, que la proteína consumida en gramos cocidos oscila entre 100 y 159 gramos por persona, por lo cual se escogen 160 gramos crudos y se le descuenta el 20% de la merma, luego al dato que quede se lleva a la necesidad de 105 comidas diarias y posteriormente se divide en 500 gramos para saber cuántas libras se requieren multiplicándose por el valor promedio de la proteína para los diversos animales que está en el promedio del \$7.800.

Para el caso de las ensaladas, Se tiene en cuenta que generalmente las solicitan con verduras crudas bien lavadas y mantiene el peso por lo tanto se analiza que 1 libra de cualquier verdura alcanza en promedio para el consumo de 21 personas, que llevado al requerimiento del consumo aproximado de 105 personas sería  $105/21=5$  cantidad que se multiplica por el valor de la libra a excepción de la lechuga que con una libra comen 21 personas por lo tanto llevado a los  $105/21$  se requieren 5 libras; todo aunado al hecho de que para las ensaladas va a haber variedad y el cliente va a tener la opción de armar la de su preferencia.

Para el caso de los carbohidratos, se tiene en cuenta que es solicitado en una porción por almuerzo es decir, el que come arroz, prefiere no comer papa o plátano y que consume el tubérculo no come arroz, por lo tanto, se establece un parámetro con el arroz para determinar el costo de forma similar a los anteriores alimentos por lo cual se toma que 500 gramos de arroz crudo se aumenta en 3 veces dando un resultado de  $500*3= 1.500$  gramos cocidos se dividen entre el consumo que es de 150 gramos una libra alcanzando para 10 personas los cuales se multiplican por el precio del arroz.

Para el caso del postre, se contempla la gelatina que viene en sobre de 250 g alcanza para 15 porciones de 50 gramos, se llevan a 105 es igual a 7 cajas x \$4.100 de cómo resultado \$28.700.

El jugo, tiene una particularidad especial no se pesa, se estiman las frutas con las que se hace y se tiene en cuenta en el costo, asumiéndose como un obsequio.

Ver requerimientos de materia prima por cliente diario, luego llevado al año, según la capacidad a utilizar en el siguiente cuadro.

Cuadro 56. Requerimientos materia prima por año 1.

ITEM	Cantidad gramos	Cantidad Clientes día	Gramos llevados a libras	Precio libra	Valor total	Cantidad Gramaje
<b>Materia Prima</b>						
<b>Proteína</b>						<b>130</b>
Carne vacuna	160	105	16.800/500=33.6.3	\$7.800	\$ 262.080	130
ITEM	Cantidad gramos	Cantidad Clientes día	Gramos llevados a libras	Precio libra	Valor total	Cantidad Gramaje
<b>Verduras</b>						
Pepino	2.500	105 y 130	2.500/500=5	\$1.600	\$8.000	23
Repollo	2.500	105 y 130	2.500/500=5	\$850	\$4.250	23
Zanahoria	2.500	105 y 130	2.500/500=5	\$872	\$4.360	23
Tomate	2.500	105 y 130	2.500/500=5	\$1.313	\$6.565	23
Cebolla	2.500	105 y 130	2.500/500=5	\$2.000	\$10.000	23
Pimentón	2.500	105 y 130	2.500/500=5	\$2.016	\$10.080	23
Lechuga	2.500	105 y 130	2.500/500=5	\$2.000	\$10.000	23
<b>Sub-total verduras</b>					<b>53.255</b>	<b>161</b>
<b>Carbohidratos</b>						
Arroz blanco	1.500	105	1.500/150=10	\$1.250	\$12.500	150
Papa	1.500	105	1.500/40=37	\$2.500x3	\$7.500	40
<b>Sub-total carboh.</b>					<b>\$20.000</b>	<b>190</b>
<b>Postre</b>						
Gelatina	250	105 y 130			<b>\$28.700</b>	39
<b>Sub-total</b>						<b>39</b>
<b>Varios – Global</b>						
Aceite	1 galón				\$56.895	
Azúcar	500 gr.	105/7=15	Toman 7 personas	\$2.500	\$37.500	-global-
Fruta – jugo	500 gr.	105/7=15	Toman 7 personas	\$2.500	\$37.500	-global-
Sal	1.000 gr.			\$250x2	\$500	-global-
Vinagre	1 frasco	105			\$1.500	-global-
Sub-total varios					<b>\$133.897</b>	
<b>Sub-total materia prima por día</b>					<b>\$ 497.930</b>	<b>520 gr</b>
<b>Sub-total materia prima por año \$497.930 x 365 días</b>					<b>\$181.744.450</b>	
<b>COSTO PROMEDIO DEL KILO \$497.930/105/520=\$9.1 EL GR. X 500=\$4.560 LA LIBRA \$9.120 KILO</b>						

Cuadro 57. Requerimientos materias primas por año.

ITEM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mat. Prima Limp.					
Clientes	105	110	115	120	126
Valor día	\$ 497.930	\$511.662	\$ 524.392	\$ 537.122	\$ 552.598
<b>Total año</b>	<b>\$ 181.744.450</b>	<b>\$ 186.756.630</b>	<b>\$ 191.403.080</b>	<b>\$ 196.049.530</b>	<b>\$ 201.698.270</b>

❖ **Mano de obra directa.** Para el cálculo de esta información fue necesario determinar el salario de la mano de obra que interviene directamente en el servicio, como son: Jefe de cocina y 3 auxiliares de cocina, se le aplica el factor prestacional de 58.029% y el recargo por laborar el dominical.

Cuadro 58. Mano de obra directa.

CARGO	Nº	SALARIO BASE	AUX. TRANS.	SALARIO	DOMINICAL 1.75	VLRES. EMPL. 58,029%	TOTAL MES	ANUAL
Jefe Cocina	1	1.100.000	0	1.100.000	1.001.000	638.319	1.738.319	21.860.828
Aux. cocina	3	1.800.000	189.000	1.989.000	1.638.000	1.154.197	3.143.197	39.356.362
<b>M.O.D</b>		<b>2.900.000</b>	<b>189.000</b>	<b>3.089.000</b>	<b>2.639.000</b>	<b>1.792.516</b>	<b>4.881.516</b>	<b>61.217.190</b>

❖ **Costos indirectos de fabricación.**

- **Mano de obra indirecta.** A estos datos se les aplicó el factor prestacional correspondiente, teniendo en cuenta la dotación, el cual queda en 58.029% como se muestra en el estudio administrativo.

Cuadro 59. Mano de obra indirecta.

CARGO	Nº	SALARIO BASE	AUX. TRANS.	SALARIO	VLRES. EMP. 58,029%	TOTAL MES	ANUAL
Gerente	1	1.200.000	0	1.200.000	696.348	1.896.348	22.756.176
Secretaria	1	800.000	63.000	863.000	500.790	1.363.790	16.365.483
Aux. Serv. Var.	1	535.000	63.000	598.000	347.013	945.013	11.340.161
Aux. báscula	3	300.000	63.000	1.089.000	631.936	1.720.936	20.651.230
Cajera	2	300.000	63.000	1.089.000	631.936	1.720.936	20.651.230
<b>M.O.D</b>		<b>3.135.000</b>	<b>252.000</b>	<b>4.839.000</b>	<b>2.808.023</b>	<b>7.647.023</b>	<b>91.764.280</b>

**Depreciación.** Se calcula utilizando el método de línea recta, y se estima un valor de salvamento del 10% sobre el valor de todos los activos, debido a que es para la prestación del servicio, especialmente por la maquinaria a utilizar.

Cuadro 60. Depreciación.

ACTIVO FIJO	VALOR ACTIVO	VALOR SALVAM	VALOR DEPRECIACIÓN	MES	AÑO 1
Maquinaria y Equipo	27.561.800	2.756.180	24.805.620	413.427	4.961.124
Muebles y Enseres	45.772.000	4.577.200	41.194.800	686.580	8.238.960
Equipo de oficina	14.320.130	1.432.013	12.888.117	214.802	2.577.623
<b>TOTALES</b>	<b>87.653.930</b>	<b>8.765.395</b>	<b>78.888.535</b>	<b>1.314.809</b>	<b>15.777.707</b>

- **Servicios y arriendo.** Corresponde al valor de la energía eléctrica, agua, teléfono e internet y del lugar elegido como óptimo según el sistema de valoración por puntos, sus rubros se detallan en el siguiente cuadro:

Para el caso de los servicios públicos se halla de acuerdo a lo que actualmente están pagando sitios similares a nivel local.

Cuadro 61. Servicios y arriendo.

ITEM	VALOR MES	VALOR AÑO
Energía	1.500.000	18.000.000
Agua	380.000	4.560.000
Gas	100.000	1.200.000
Teléfono-Internet	50.000	600.000
Internet	80.000	960.000
<b>TOTAL SERVICIOS</b>	<b>2.110.000</b>	<b>25.320.000</b>
Arriendo	1.800.000	21.600.000
<b>TOTAL ARRIENDO</b>	<b>1.800.000</b>	<b>21.600.000</b>

Contemplados los costos con su respectiva periodicidad se presenta a continuación el cuadro con cada uno y sus respectivos valores:

❖ **Total costos del servicio.** Se presentan en el siguiente cuadro:

Cuadro 62. Costos del servicio.

ITEM	VR. MES	VR. AÑO
Materias primas	15.145.371	181.744.450
MOD	5.101.432	61.217.190
COSTOS INDIRECTOS	11.071.832	132.861.987
MOI	7.647.023	91.764.280
Depreciación	1.314.809	15.777.707
Servicios	2.110.000	25.320.000
<b>TOTAL</b>	<b>22.143.664</b>	<b>375.823.627</b>

Definidos los costos del servicio se hallan los gastos del servicio los cuales se colocan en el siguiente cuadro:

- **Amortización a diferidos.** Los gastos en que incurre la empresa antes de iniciar sus actividades se diferieren a los 5 años de vida útil del proyecto. Por lo

tanto, según lo hallado en la inversión diferida da un valor de \$53.796.900, los cuales se dividen entre 5 dando como resultado \$10.759.380.

- **Publicidad.** De acuerdo a la información suministrada por empresas especializadas en el ramo y lo encontrado en la publicidad de operación se estimó un valor de \$2.473.800 anuales.

- **Papelería.** Tomando como base la información anterior se calculó la papelería por valor de \$100.000 mensuales, \$1.200.000 anuales, asignado a gastos de administración.

- **Útiles de aseo.** Se hace un estimativo de \$200.000 mensuales, lo que equivale a \$2.400.000 anuales.

- **Arriendo.** Según el sitio óptimo escogido el valor del arriendo asciende a un valor de \$1.800.000 mensuales, para un total anual de \$21.600.000.

- **Contratación externa.** La contratación externa contempla \$250.000 mensuales de pago al contador público, lo cual da un total de \$3.000.000 anuales.

Definidos los gastos se presentan en el siguiente cuadro tanto anual como mensualmente.

❖ **Total gastos de administración y ventas.**

Cuadro 63. Gastos de Administración y Ventas.

ITEM	MES	AÑO
Amortización diferidos	896.615	10.759.380
Publicidad (operación)	206.150	2.473.800
Papelería	100.000	1.200.000
Útiles de aseo	200.000	2.400.000
Arriendo	1.800.000	21.600.000
Contratación Externa (Contador)	250.000	3.000.000
Celaduría	150.000	1.800.000
<b>GASTOS DE ADMON-VENTA</b>	<b>3.602.765</b>	<b>43.233.180</b>

**Total de inversión de capital de trabajo.** Para realizar el cálculo del capital de trabajo se tienen en cuenta los egresos a cubrir durante un mes, menos los egresos no monetarios tales como depreciación y amortización de diferidos, ya que las ventas son de contado.

Cuadro 64. Capital del trabajo.

ITEM	AÑO 0
Materias primas	15.145.371
MOD	5.101.432
MOI	7.647.023
Servicios	2.110.000
Publicidad (operación)	206.150
Papelería	100.000
Útiles de aseo	200.000
Arriendo	1.800.000
Contratación Externa (contador)	250.000
Celaduría	150.000
Imprevistos	2.839.193
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>35.549.170</b>

**5.1.4 Inversión total del proyecto.** La inversión total del proyecto asciende a la suma de \$177.000.000.

Cuadro 65. Inversión total del proyecto.

INVERSIÓN	AÑO 0
INVERSIONES FIJAS	87.653.930
INVERSIONES DIFERIDAS	53.796.900
CAPITAL DE TRABAJO	35.549.170
<b>FLUJO DE INVERSION</b>	<b>177.000.000</b>

**5.1.5 Fuentes de financiación.** Los recursos necesarios para el desarrollo del proyecto son aportados 50% con recursos propios de los socios y 50% con recursos del crédito solicitado a un ente financiero de la ciudad.

Cuadro 66. Fuentes de Financiación.

RECURSOS	VALORES
PROPIOS	88.500.000
CRÉDITO	88.500.000
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>177.000.000</b>

❖ **Recursos propios.** Constituido por aportes realizados por los 4 socios que constituyen la sociedad. Éstos ascienden a \$88.500.000, es decir un monto individual de \$22.125.000.

❖ **Recursos del crédito.** Se estima un crédito para libre inversión según información suministrada por el Banco Colmena, con una tasa mensual del 1.97% mes vencido. La amortización se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro 67. Amortización crédito.

AMORTIZACION					
	VALOR PRESENTE	\$ 88.500.000			
	TASA	1,97%			
	PLAZO	60			
	PERIODO MUERTO	-			
	VALOR FINANCIADO	\$ (88.500.000)			
	CUOTA MENSUAL	\$ 2.527.506			
	DEUDOR	KILO GOURMET			
CUOTA	INTERES	CAPITAL	SALDO	INT	PRINT
0			-88.500.000,00		
1	1.743.450,00	784.055,88	-87.715.944,12		
2	1.728.004,10	799.501,78	-86.916.442,34		
3	1.712.253,91	815.251,97	-86.101.190,37		
4	1.696.193,45	831.312,43	-85.269.877,94		
5	1.679.816,60	847.689,29	-84.422.188,65		
6	1.663.117,12	864.388,76	-83.557.799,89		
7	1.646.088,66	881.417,22	-82.676.382,67		
8	1.628.724,74	898.781,14	-81.777.601,53		
9	1.611.018,75	916.487,13	-80.861.114,39		
10	1.592.963,95	934.541,93	-79.926.572,47		
11	1.574.553,48	952.952,40	-78.973.620,06		
12	1.555.780,32	971.725,57	-78.001.894,50	19.831.966	10.498.106
13	1.536.637,32	990.868,56	-77.011.025,94		
14	1.517.117,21	1.010.388,67	-76.000.637,27		
15	1.497.212,55	1.030.293,33	-74.970.343,94		
16	1.476.915,78	1.050.590,11	-73.919.753,84		
17	1.456.219,15	1.071.286,73	-72.848.467,11		
18	1.435.114,80	1.092.391,08	-71.756.076,03		
19	1.413.594,70	1.113.911,18	-70.642.164,85		
20	1.391.650,65	1.135.855,23	-69.506.309,61		
21	1.369.274,30	1.158.231,58	-68.348.078,03		
22	1.346.457,14	1.181.048,74	-67.167.029,29		
23	1.323.190,48	1.204.315,40	-65.962.713,88		
24	1.299.465,46	1.228.040,42	-64.734.673,47	17.062.851	13.267.221
25	1.275.273,07	1.252.232,81	-63.482.440,65		

CUOTA	INTERES	CAPITAL	SALDO	INT	PRINT
26	1.250.604,08	1.276.901,80	-62.205.538,85		
27	1.225.449,12	1.302.056,77	-60.903.482,09		
28	1.199.798,60	1.327.707,28	-59.575.774,80		
29	1.173.642,76	1.353.863,12	-58.221.911,69		
30	1.146.971,66	1.380.534,22	-56.841.377,47		
31	1.119.775,14	1.407.730,74	-55.433.646,72		
32	1.092.042,84	1.435.463,04	-53.998.183,68		
33	1.063.764,22	1.463.741,66	-52.534.442,02		
34	1.034.928,51	1.492.577,37	-51.041.864,65		
35	1.005.524,73	1.521.981,15	-49.519.883,50		
36	975.541,70	1.551.964,18	-47.967.919,32	13.563.318	16.766.754
37	944.968,01	1.582.537,87	-46.385.381,45		
38	913.792,01	1.613.713,87	-44.771.667,59		
39	882.001,85	1.645.504,03	-43.126.163,56		
40	849.585,42	1.677.920,46	-41.448.243,10		
41	816.530,39	1.710.975,49	-39.737.267,61		
42	782.824,17	1.744.681,71	-37.992.585,90		
43	748.453,94	1.779.051,94	-36.213.533,96		
44	713.406,62	1.814.099,26	-34.399.434,70		
45	677.668,86	1.849.837,02	-32.549.597,68		
46	641.227,07	1.886.278,81	-30.663.318,87		
47	604.067,38	1.923.438,50	-28.739.880,38		
48	566.175,64	1.961.330,24	-26.778.550,14	9.140.703	21.189.369
49	527.537,44	1.999.968,44	-24.778.581,69		
50	488.138,06	2.039.367,82	-22.739.213,87		
51	447.962,51	2.079.543,37	-20.659.670,51		
52	406.995,51	2.120.510,37	-18.539.160,13		
53	365.221,45	2.162.284,43	-16.376.875,71		
54	322.624,45	2.204.881,43	-14.171.994,28		
55	279.188,29	2.248.317,59	-11.923.676,68		
56	234.896,43	2.292.609,45	-9.631.067,23		
57	189.732,02	2.337.773,86	-7.293.293,38		
58	143.677,88	2.383.828,00	-4.909.465,38		
59	96.716,47	2.430.789,41	-2.478.675,96		
60	48.829,92	2.478.675,96	-0,00	3.551.522	26.778.550
				<b>63.150.360</b>	<b>88.500.000</b>

Fuente: Banco Colmena préstamo de libre inversión mes vencido.

**5.1.6 Balance inicial momento cero.** En el siguiente cuadro se presenta el balance inicial del proyecto, teniendo en cuenta la clasificación de los activos, pasivos y patrimonio de la empresa.

Cuadro 68. Balance inicial momento cero. (Pesos constantes).

PERIODO	AÑO 0
<b>ACTIVO</b>	<b>177.000.000</b>
DISPONIBLE	<b>35.549.170</b>
Caja	35.549.170
ACTIVOS FIJOS	<b>87.653.930</b>
Depreciables	87.653.930
DIFERIDOS	<b>53.796.900</b>
<b>PASIVOS</b>	
OBLIGACIONES BANCARIAS	88.500.000
<b>PATRIMONIO</b>	
CAPITAL SOCIAL	88.500.000
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>177.000.000</b>
<b>BALANCE DE PRUEBA</b>	<b>0</b>

## 5.2 COSTOS

**5.2.1 Costos fijos.** Son todos aquellos valores que se encuentran presupuestados por un determinado período de tiempo en el cual no sufrirán ninguna variación. Se presentan en el siguiente cuadro:

Cuadro 69. Clasificación de los costos fijos del servicio.

ITEM	MES	AÑO
MOD	5.101.432	61.217.190
MOI	7.647.023	91.764.280
Publicidad (operación)	206.150	2.473.800
Papelería	100.000	1.200.000
Útiles de aseo	200.000	2.400.000
Arriendo	1.800.000	21.600.000
Contratación Externa (Contador)	250.000	3.000.000
Celaduría	150.000	1.800.000
<b>TOTAL</b>	<b>15.454.605</b>	<b>185.455.270</b>

**5.2.2 Costos variables.** Son aquellos rubros que pueden sufrir variación ante un cambio del volumen en la producción del servicio. Ver siguiente cuadro.

Cuadro 70. Costos variables.

ITEM	VALOR MES	VALOR AÑO
Materias Primas	15.145.371	181.744.450
Servicios	2.110.000	25.320.000
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>17.255.371</b>	<b>207.064.450</b>

**5.2.3 Costos totales.** Son todos aquellos costos que se utilizaron para la puesta en marcha del proyecto.

Cuadro 71. Clasificación de los costos

ITEM	AÑO 1
COSTOS FIJOS	185.455.270
COSTOS VARIABLES	207.064.450
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>392.519.720</b>

**5.2.4 Precio de venta.** El precio de venta para este proyecto corresponde al costo más la ganancia que se quiere tener, para el caso específico del Kilo Gourmet se halla aplicando la respectiva fórmula como se presenta a continuación:

$$P = \frac{C}{1 - \% \text{ deseado de utilidad}}$$

Donde:

P = precio de venta del producto.

C = Costo total unitario del producto

% = Porcentaje deseado utilidad.

**❖ PRECIO PRIMER AÑO DE KILO GOURMET POR CLIENTE QUE CONSUME 520 GRAMOS**

$$P = \frac{392.519.720 / (105 * 365)}{1 - (18\%)} = \frac{10.242}{0.82} = \$12.490. = \$12.500.$$

El precio de venta para cada cliente es de \$12.500 por 520 gramos, lo cual permite deducir que  $12.500 / 520 = 24$  gr x 1000 gramos, el kilo está costando 24.000 aproximadamente y el cliente está pagando actualmente por el consumo de medio kilo \$15.000, se estaría ofreciendo un servicio nuevo y a un mejor precio por valor de \$12.500.

### 5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

Se refiere a los ingresos y egresos estimados en la puesta en marcha de la empresa durante los cinco años de vida útil del proyecto.

**5.3.1 Egresos del proyecto.** Con base a los egresos mensuales programados se proyectan los egresos anuales generados por el proyecto durante los cinco años de vida útil. Los costos fijos permanecen constantes, los variables aumentan anualmente acorde al número de clientes a atender.

Éstos se presentan en el siguiente cuadro:

Cuadro 72. Egresos proyectados. (Pesos constantes).

AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTOS</b>	<b>375.823.627</b>	<b>380.835.807</b>	<b>385.482.257</b>	<b>390.128.707</b>	<b>395.777.447</b>
MOD	61.217.190	61.217.190	61.217.190	61.217.190	61.217.190
MAT. PRIMAS	181.744.450	186.756.630	191.403.080	196.049.530	201.698.270
<b>C I F</b>	<b>132.861.987</b>	<b>132.861.987</b>	<b>132.861.987</b>	<b>132.861.987</b>	<b>132.861.987</b>
Servicios	25.320.000	25.320.000	25.320.000	25.320.000	25.320.000
MOI	91.764.280	91.764.280	91.764.280	91.764.280	91.764.280
Depreciación	15.777.707	15.777.707	15.777.707	15.777.707	15.777.707
<b>GTOS ADM-VENT.</b>	<b>43.233.180</b>	<b>43.233.180</b>	<b>43.233.180</b>	<b>43.233.180</b>	<b>43.233.180</b>
Amortización Diferidos	10.759.380	10.759.380	10.759.380	10.759.380	10.759.380
Publicidad	2.473.800	2.473.800	2.473.800	2.473.800	2.473.800
Papelería	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000
Útiles aseo	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000
Arriendo	21.600.000	21.600.000	21.600.000	21.600.000	21.600.000
Contratación externa	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
Celaduría	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000
<b>GTOS FROS.</b>	<b>30.330.072</b>	<b>30.330.072</b>	<b>30.330.072</b>	<b>30.330.072</b>	<b>30.330.072</b>
Intereses	19.831.966	17.062.851	13.563.318	9.140.703	3.551.522
Amortización-Capital	<b>10.498.106</b>	<b>13.267.221</b>	<b>16.766.754</b>	<b>21.189.369</b>	<b>26.778.550</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>73.563.252</b>	<b>73.563.252</b>	<b>73.563.252</b>	<b>73.563.252</b>	<b>73.563.252</b>
<b>EGRESOS TOTALES</b>	<b>449.386.879</b>	<b>454.399.059</b>	<b>459.045.509</b>	<b>463.691.959</b>	<b>469.340.699</b>

**5.3.2 Ingresos del proyecto.** Corresponden a las ventas estimadas en atención a clientes con el consumo de 520 gramos aproximadamente acorde a la capacidad

utilizada programada una vez hallado el precio, éstos se presentan por cada año en el siguiente cuadro:

Cuadro73. Ingresos proyectados. (Pesos constantes).

SERVICIO	1	2	3	4	5
Clientes	105	110	115	120	126
Precio	\$ 12.500	\$ 12.500	\$ 12.500	\$ 12.500	\$ 12.500
Sub-total	\$ 479.062.500	\$ 501.875.000	\$524.687.500	\$547.500.000	\$574.875.000
<b>Ingresos Operacionales</b>	<b>\$ 479.062.500</b>	<b>\$ 501.875.000</b>	<b>\$524.687.500</b>	<b>\$547.500.000</b>	<b>\$574.875.000</b>
Ing. No Operación.					
Vta Act. Fijos					\$ 8.765.395
<b>INGRESOS</b>	<b>\$ 479.062.500</b>	<b>\$ 501.875.000</b>	<b>\$524.687.500</b>	<b>\$547.500.000</b>	<b>\$583.640.395</b>

Los ingresos no operacionales son el resultado de la venta de los activos al cabo de los cinco años estimados de evaluación del proyecto, según el valor de salvamento, corresponden a \$8.765.395

#### 5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

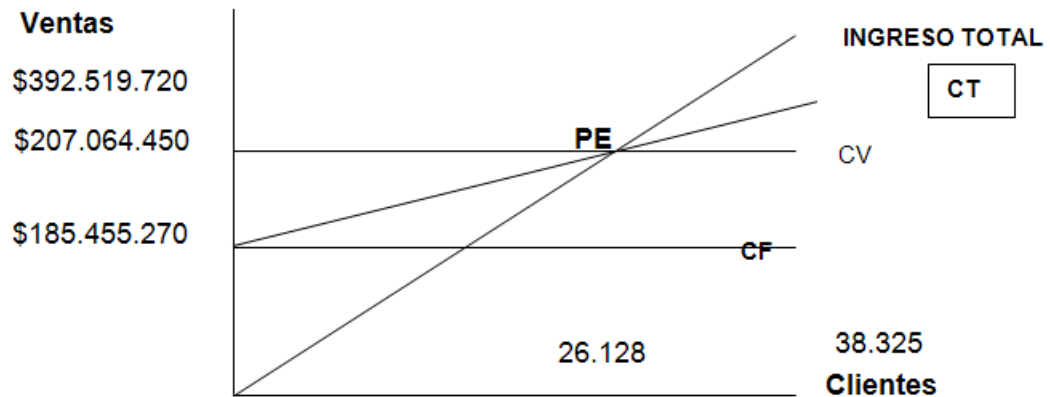
Es de vital importancia porque ya que con este sabemos el punto que los ingresos cubren los egresos. Para hallarlo se tienen en cuenta tanto los costos fijos como los variables aplicando la siguiente fórmula:

##### ❖ Punto de equilibrio para el primer año de servicios del restaurante.

$$P.E = \frac{CF}{P - Cvu} = \frac{\$185.455.270}{\$12.500 - \$5.402} = \frac{\$185.455.270}{\$7.098} = 26.128 \text{ clientes/año.}$$

68% de las ventas

Gráfica 24. Punto de Equilibrio de la empresa en su primer año.



El punto de equilibrio en ventas para el restaurante de comida al peso con la atención de 26.128 clientes anuales que corresponden a 72 diarios.

## 5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

En este estado se presentan tanto los ingresos como los egresos de los flujos monetarios en el funcionamiento del proyecto y la respectiva inversión a realizarse para la prestación del servicio, previendo los cinco años de vida útil del proyecto. Ver siguiente cuadro:

Cuadro 74. Flujo de caja.

ITEM	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ing Operac.	-	479.062.500	501.875.000	524.687.500	547.500.000	574.875.000
Rec.Propios	88.500.000					
Crédito	88.500.000					
Vta Act fijo	-	-	-	-	-	8.765.395
<b>INGRESOS</b>	<b>177.000.000</b>	479.062.500	501.875.000	524.687.500	547.500.000	583.640.395
<b>COSTOS</b>	-	360.045.920	365.058.100	369.704.550	374.351.000	379.999.740
G. ADMON	-	32.473.800	32.473.800	32.473.800	32.473.800	32.473.800
G. FROS		30.330.072	30.330.072	30.330.072	30.330.072	30.330.072
Inv Act	87.653.930	-	-	-	-	-
Gtos Preop	53.796.900	-	-	-	-	-
Pago imp.		-	13.257.330	20.045.243	27.194.886	34.649.145
<b>EGRESOS</b>	<b>141.450.830</b>	422.849.792	441.119.302	452.553.665	464.349.758	477.452.757
<b>BALANCE</b>	<b>35.549.170</b>	56.212.708	60.755.698	72.133.835	83.150.242	106.187.638
<b>Saldo Inic.</b>	<b>35.549.170</b>	35.549.170	91.761.878	152.517.576	224.651.411	307.801.653
<b>Saldo en caja</b>		91.761.878	152.517.576	224.651.411	307.801.653	413.989.290

## 5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Cuadro 75. Estado de resultados.

ITEM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>479.062.500</b>	<b>501.875.000</b>	<b>524.687.500</b>	<b>547.500.000</b>	<b>574.875.000</b>
(-) Costos de producción	375.823.627	380.835.807	385.482.257	390.128.707	395.777.447
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>103.238.873</b>	<b>121.039.193</b>	<b>139.205.243</b>	<b>157.371.293</b>	<b>179.097.553</b>
Ingresos no operacionales					<b>8.765.395</b>
(-)Gastos de admón.	43.233.180	43.233.180	43.233.180	43.233.180	43.233.180
(-) Gastos fros. (INTERESES)	19.831.966	17.062.851	13.563.318	9.140.703	3.551.522
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>40.173.727</b>	<b>60.743.162</b>	<b>82.408.745</b>	<b>104.997.410</b>	<b>141.078.246</b>
(-) Impuestos del 33%	13.257.330	20.045.243	27.194.886	34.649.145	46.555.821
<b>UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS</b>	<b>26.916.397</b>	<b>40.697.919</b>	<b>55.213.859</b>	<b>70.348.265</b>	<b>94.522.425</b>
(-) Reserva legal del 10%	2.691.640	4.069.792	5.521.386	7.034.826	9.452.242
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>24.224.757</b>	<b>36.628.127</b>	<b>49.692.473</b>	<b>63.313.438</b>	<b>85.070.182</b>

Para el estado de resultados se tuvo en cuenta los ingresos y egresos en que incurre la marcha del proyecto, estableciendo la utilidad operacional, utilidad antes de impuestos, utilidad después de impuestos y la utilidad neta mostrando éstas un buen resultado que es positivo y aún contemplando los impuestos reglamentarios de 33% y una reserva legal del 10%.

## 5.7 BALANCE GENERAL (PRIMER AÑO)

Con los egresos e ingresos, definidos y reflejados en el estado de resultados y flujo de caja se presenta el balance general del primer año de funcionamiento del proyecto, en el siguiente cuadro:

Cuadro 76. Balance general consolidado.

PERÍODO	AÑO 1
<b>ACTIVO</b>	<b>206.675.621</b>
DISPONIBLE	<b>91.761.878</b>
Caja	91.761.878
ACTIVOS FIJOS	<b>87.653.930</b>
No depreciables	<b>8.765.395</b>
Depreciables	78.888.535
Deprec. Acumulada	15.777.707
Activos depreciables	<b>63.110.828</b>
Diferidos	53.796.900
-Amortización	10.759.380
Activos diferidos	<b>43.037.520</b>
<b>PASIVOS</b>	<b>91.259.224</b>
PROV. IMPONENTA	13.257.330
OBLIGACIONES BANCARIAS	78.001.894
<b>PATRIMONIO</b>	<b>115.416.397</b>
CAPITAL SOCIAL	88.500.000
RESERVA LEGAL	2.691.640
REND. PERDIDA	24.224.757
<b>PAS. Y PATRIMONIO</b>	<b>206.675.621</b>
<b>BALANCE PRUEBA</b>	<b>-0</b>

## 5.8 CÁLCULO DE LAS RAZONES FINANCIERAS

Cuadro 77. Razones Financieras.

INDICADOR	FORMULA	AÑO 1
<b>1. LIQUIDEZ</b>		
1.1 Capital de Trabajo	Activo Cte - Pasivo Cte	502.654
<b>2. ENDEUDAMIENTO</b>		
2.1 Endeudamiento	(Pasivo / Activo)*100	44.15%
<b>3. SOLVENCIA</b>		
3.1 Rotación de activo total	Ingreso Operacional / Activo	2.3
<b>4. RENTABILIDAD</b>		
4.1 Rentabilidad de la Inversión	(Utilidad Neta / Activo)*100	27.19%

Analizando las razones financieras se tiene:

Desde el punto de vista de liquidez, se pudo conocer que es buena por que las ventas generan ingresos que permiten cubrir los egresos, recuperar la inversión y obtener ganancias adicionales.

Con respecto al endeudamiento se entra con el del préstamo que se cubre durante los cinco años de vida útil del proyecto que con la puesta en marcha puede cubrirse en su totalidad.

Se deja conocer la solvencia del proyecto puesto que se va a vender más que lo que se posee en activos y se logra un margen de rentabilidad con respecto a la inversión del 27.19%.

## **6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO**

### **6.1 ASPECTOS SOCIALES**

Socialmente la creación de un restaurante tipo buffet de comida al peso en Barrancabermeja, aporta aspectos muy positivos como lo son principalmente, brindar una variedad en la escogencia del consumo de alimentos a los clientes, comprar sólo la cantidad que se va a consumir, mantener la cultura saludable en la alimentación y programar el presupuesto frente a la necesidad de comer fuera de casa.

Innovar frente a nuevas filosofías en cuanto a la prestación de servicios de restaurantes llevados a nivel internacional como los son Brasil, Estados Unidos, Venezuela, entre otros donde han sido exitosas este tipo de empresas.

Aunado a los aspectos arriba mencionados se cuenta también con la oportunidad de la generación de empleos directos e indirectos, por ser un sector que requiere de talento humano principalmente en la preparación de alimentos así como el pesaje y cobro de cada consumo.

Una nueva alternativa de inversión para las proponentes del proyecto que incide en una mejor calidad de vida debido a la ganancia que se incrementa y mejora durante los cinco años de vida útil así como el enriquecimiento del conocimiento tanto a nivel administrativo y empresarial.

### **6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL**

La sensibilidad y el respeto del medio ambiente es un fenómeno creciente que involucra todos los procesos de las empresas. Las organizaciones de cualquier carácter, tienen un creciente interés en lograr y demostrar un desempeño ambiental sano, controlando el impacto de sus actividades, productos o servicios sobre el ambiente teniendo en cuenta su política y objetivos ambientales. Esto se hace en el contexto de una legislación cada vez más rigurosa, del desarrollo de políticas económicas y otros medios para fomentar la protección ambiental.

Cuestionar el beneficio real que representan para una empresa los temas ambientales, requiere de un proceso de gestión por parte de la Gerencia de la empresa.

Es claro, en pensar en el legado que dejan a los hijos, en el impacto de las actividades empresariales de hoy y su repercusión en el futuro, así como en las consecuencias de un manejo no apropiado de los recursos disponibles hoy en día. De hecho, vivimos en este momento el resultado de las acciones de generaciones pasadas. Pero las tendencias actuales en todo el mundo, obligan cada vez más a

la industria, a los gobiernos y al hombre, a participar activamente en el cuidado y manejo apropiados de los recursos disponibles.

Pero para una empresa, no siempre resulta fácil reconocer el nivel de impacto que tiene en el medio ambiente y lo más importante aún, buscar la forma de corregirlo sin que esto afecte su economía.

Los beneficios de implementar mejoras ambientales repercuten positivamente en la eficiencia de la empresa, y por ende en ahorros en costos, en el aprovechamiento de nuevas oportunidades de mercado y en el posicionamiento de la imagen de la empresa.

El mejoramiento en temas ambientales se puede realizar en tres campos fundamentales de las empresas: en su gestión general, en el proceso productivo y en el producto o servicio final, ofrecidos con un mayor valor agregado y con nuevas oportunidades de mercado.

Todo restaurante se nutre de unos recursos finitos, y por tanto debe velar por mantener dicho entorno en las mejores condiciones posibles de limpieza, sostenibilidad, y salubridad. Y ello solo es posible, si la empresa se preocupa de controlar y gestionar sus desechos y su impacto ambiental.

Las mejoras en el proceso productivo pueden llevarse a cabo con medidas sencillas de ahorro de insumos clave, como agua o electricidad; o con medidas que implican una inversión mayor en cambios tecnológicos, que aumenten la productividad y a la vez aseguren el uso eficiente de los recursos que sean menos contaminantes; por lo cual para efectos de la puesta en marcha del restaurante se tienen en cuenta los siguientes aspectos:

**6.2.1 Mejoras en el proceso de transformación del producto.** El Restaurante de Comida al peso no genera impacto negativo para el medio ambiente, puesto que se dispondrá de un manejo adecuado de recolección de residuos de comida, cartón, botellas, plásticos entre otros elementos, que tienen como destino final el carro recolector de la basura.

El compromiso ambiental en los restaurantes, es un sistema de gestión que permite entre otros los siguientes objetivos:

- Asegurar un alto nivel de protección del medio ambiente.
- Mejorar continuamente su comportamiento medioambiental.
- Obtener ventajas competitivas de estas mejorías.

El modelo básico para la aplicación de un sistema de gestión ambiental es un proceso que podemos aplicar en cinco etapas:

- **Compromiso y política.** En esta fase, nuestro restaurante debe definir la política ambiental y garantizar el compromiso con ella. La política ambiental debe demostrar el compromiso de la dirección y de la organización en relación al ambiente, además de definir una visión empresarial que determinará los objetivos y metas a alcanzar por la empresa.

- **Planificación.** El restaurante debe formular ahora un plan que cumpla los siguientes requisitos:

- Las responsabilidades hacia los aspectos e impactos ambientales.
- El cumplimiento de los requisitos legales.
- Los objetivos a alcanzar.
- El programa de gestión ambiental.

- **Implementación.** En este punto se deben proveer los recursos necesarios para establecer el plan de acción. Fundamental realizar durante este proceso actividades de formación. Asimismo en esta fase se procede a la elaboración de la documentación.

- **Medición y evaluación.** El restaurante mide, monitorea y evalúa el desempeño ambiental llevado a cabo frente a los objetivos establecidos.

- **Certificación.** Es el punto final que sirve para corroborar y demostrar que el restaurante ha hecho los deberes. El reconocimiento implica la evaluación del sistema por parte de una entidad certificadora.

El compromiso medioambiental de este restaurante se plantea con miras de alcanzar cada vez más mayor importancia, no sólo desde un enfoque de marketing, sino desde una perspectiva social, en la que el aspecto medioambiental es simple y llanamente una variable empresarial reconocida y valorada por el entorno donde se ubica el negocio.

**6.2.1.1 Plan de Manejo de Residuos Sólidos.** Los residuos sólidos orgánicos urbanos constituyen cerca del 70% del volumen total de desechos generados, por tal motivo es primordial buscar una salida integral que contribuya al manejo adecuado, potenciando los productos finales de éstos procesos y minimizando un gran número de impactos ambientales que conlleven a la sostenibilidad de los recursos naturales.

La importancia del aprovechamiento de los residuos orgánicos empieza a adquirir una mayor dimensión por el acelerado crecimiento urbanístico y la necesidad de reutilizar materias primas desechadas.

Los residuos sólidos han ocasionado impactos ambientales negativos por su disposición inadecuada y porque cada vez son más, asunto asociado al

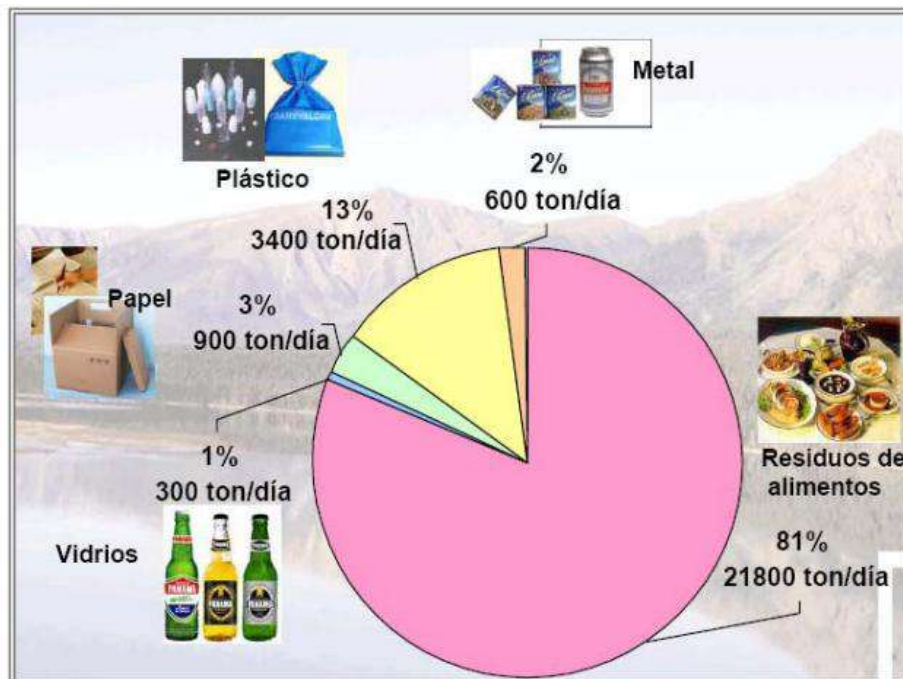
incremento de la población humana, a los procesos de transformación industrial (globalización), y a los hábitos de consumo de los individuos.

- **Los residuos sólidos y su clasificación.** Residuo es cualquier objeto, material, sustancia o elemento sólido resultante del consumo o uso de un bien en actividades domésticas, industriales, comerciales, institucionales o de servicios, que el generador abandona, rechaza o entrega y que es susceptible de aprovechamiento o transformación en un nuevo bien, con valor económico o de disposición final.

- **Residuos de alimentos.** son restos de alimentos que provienen de diversas fuentes, entre ellas: restaurantes, comedores, hogares y otros establecimientos de expendio de alimentos.

- **Plásticos:** son considerados como residuos de origen orgánico ya que se fabrican a partir de compuestos orgánicos como el etano (componente del gas natural), también son fabricados utilizando algunos derivados del petróleo. Sin embargo, para efectos de éste trabajo, no serán objeto de estudio.

Gráfica 25. Posibles residuos del restaurante.



Fuente: Kalipedia. Residuos Sólidos. Recuperado 15 de julio de 2011. Disponible en: [http://www.kalipedia.com/ecología/tema/ecología\\_medioambiente/graficos-modelo-gestion-residuos.html](http://www.kalipedia.com/ecología/tema/ecología_medioambiente/graficos-modelo-gestion-residuos.html)

### **6.2.1.2 Posible generación de residuos sólidos en el restaurante Tipo Buffet con comida por kilo.**

Considerando que desde la cocina se generan residuos líquidos con materias grasas las que pueden obstruir los ductos se estima colocar una cámara decantadora previo a la fosa séptica.

El residuo semisólido graso proveniente de la cámara decantadora, es retirado cada dos meses, tiempo calculado considerando el tamaño de la cámara y llevado al vertedero municipal en envases especiales de polietileno.

Sólo se generan dos tipos de residuos sólidos:

Aquellos provenientes de los procesos de preparación de comidas en la cocina y los que se generan por el acceso del restaurante.

Estos residuos son entregados al camión municipal recolector de basura, al igual que lo realiza el resto de las actividades del entorno.

**6.2.1.3 Manejo y disposición de los residuos sólidos.** Los residuos más comunes que pueden producirse dentro del restaurante están los plásticos, cartón, latas, tetra pack, botellas y bolsas de plástico. La que se genera en mayor cantidad aparte de la materia orgánica son las botellas y bolsas de plástico, debido a que la mayoría de los productos usados vienen empacados en plástico.

Para la eliminación de los residuos sólidos se cuenta con recipientes de material plástico a prueba de agua, de plagas, con tapas seguras, oscilante o pedal para evitar todo contacto con las manos, asimismo, tendrán una bolsa de plástico en el interior, para remover la basura y hacer más fácil la limpieza.

Los recipientes a utilizar se diferencian para residuos sólidos biodegradables (desechos orgánicos) y residuos no degradables (papel, cartón, vidrio, plástico). En la cocina, comedor, servicios higiénicos y cualquier otro lugar donde se generen residuos sólidos, se colocan recipientes en cantidad suficiente, ubicados de manera adecuada para que no contaminen los ambientes.

Los desechos se deben retirar de las áreas de preparación, tan pronto como sea posible para prevenir olores, plagas y una posible contaminación.

Se tiene en cuenta que los contenedores o colectores a utilizar deben tener tapas, de tamaño suficiente para la eliminación de los residuos sólidos, ubicados en un ambiente exclusivo. Dicha área no debe estar cerca de las áreas de preparación de comida o de almacenamiento.

Ver modelo de contenedores en la siguiente gráfica:

Gráfica 26. Modelo de contenedores de residuos sólidos.



Fuente: Kalipedia. Residuos Sólidos. Recuperado 15 de julio de 2011. Disponible en: [http://www.kalipedia.com/ecología/tema/ecología\\_\\_medioambiente/graficos-modelo-gestion-residuos.html?x1=2007041](http://www.kalipedia.com/ecología/tema/ecología__medioambiente/graficos-modelo-gestion-residuos.html?x1=2007041)

**6.2.2 Reducción en el Origen.** Para lograr la reducción y aprovechamiento de los residuos a nivel de la empresa en cada una de las áreas, se propone incentivar la cultura del uso de elementos biodegradables o en su caso reutilizables.

Entre las medidas a tomar para reducir las cantidades de residuos en las diferentes áreas se propone:

**6.2.2.1 Zona Operativa.**

- Minimizar la utilización de envases desechables plásticos o en icopor para comidas y bebidas y reemplazarlos por recipientes retornables.
- Clasificar y Separar en la fuente los residuos sólidos

**6.2.2.2 Zona de Oficina.**

- Utilizar eficientemente el papel.
- Venta o reutilización de cartuchos de tinta para impresoras.
- Disminución del papel carbón en oficios.
- Fabricación de cuadernillos con hojas utilizadas.
- Reutilizar sobres para envío de correspondencia.
- Utilización de ambas caras del papel en fotocopias.
- Disposición final.

**6.2.3 Utilización de canecas, teniendo en cuenta los siguientes aspectos.** Las canecas deberán estar claramente demarcadas estableciendo el tipo de residuo.

- Caneca azul: residuos de papel, cartón, plegadizas, archivo y periódicos.
- Caneca negra: residuos de alimentos, desechos de jardín, desechos de frutas.
- Caneca roja: vasos plásticos desechables, bolsas de empaques, envases de plásticos.
- Caneca verde: vidrios.
- Caneca naranja: residuos sanitarios.
- Caneca amarilla: residuos metal.

**6.2.4 Plan de Manejo de la Energía.** El uso racional de la energía eléctrica apunta tanto al cuidado y al uso adecuado de la electricidad como a la preservación de los recursos naturales. También contribuye a solucionar los inconvenientes eventuales de abastecimiento.

Ahorrar energía es un reto único para los restaurantes. La comodidad de los comensales, el almacenamiento y la preparación de alimentos con sabor e higiene son las prioridades, pero, ¿A qué costo?.

Cuando se habla de bajar se le puede dar un enfoque más estratégico dado que el mejor ahorro es ser eficientes en lo que se está pagando. Podemos ahorrar más a largo plazo si hacemos eficiente el gasto energético mediante un consumo inteligente. Un mundo preocupado por el calentamiento global tiende a un cambio de hábitos que se puede concretar en tres tácticas: Menor consumo de energía, energías más limpias y dispositivos más eficientes, para todos los enfoques existe una posición común: “La mejor energía alterna es el ahorro de energía”, el enfoque estratégico es poner la energía en la debida perspectiva, y esto es: Ahorrar dinero al ahorrar energía y al mismo tiempo cuidar el ambiente.

Metro por metro los restaurantes son los que más energía consumen en el sector comercio: La comodidad de los comensales es la prioridad, los alimentos deben ser almacenados y cocinados en su punto tanto por razones culinarias como sanitarias, y no sólo es cocinar, es iluminar, es limpiar, es enfriar y es lavar. Se pueden realizar grandes ahorros sólo cambiando algunas prácticas diarias.

El primer paso en la gestión de energía es conocer cuánto gastamos y consumimos, pero ¿de qué?, el consumo energético es cuanto utilizamos de electricidad, gas, agua y combustible para transporte, pero no sólo en términos monetarios, en las unidades en que se miden cada una de estas: kilowatts, litros y metros cúbicos, iniciemos con construir un registro de consumos. ¿A dónde van estos ingredientes? El segundo paso es identificar las áreas de consumo: iluminación, ventilación, acondicionamiento de aire y calefacción (VAAC), refrigeración de alimentos, cocinado, lavado y limpieza, equipo administrativo, y transporte. El secreto del chef energético: Tomar medidas en tres niveles: sin

costo, de bajo costo y finalmente el plato fuerte: inversiones inteligentes a largo plazo.

Reducir la iluminación en lo posible, aprovechar la diurna, limpiar focos y lámparas, utilizar los dispositivos de ahorro de energía de los equipos, colocar los refrigeradores a 10 cm. de la pared, control y programación de descongelamientos, ajustar temperaturas (enfriar de más es costoso), limpieza de serpentines y sellos. En el cocinado establecer horarios de encendido y apagado de equipo, evitar tiempos muertos, limpieza es ahorro: no cocine residuos.

El color azul de la flama es la reina del calor y el ahorro, calibrar también los termostatos pero también cuide sus empaques y aislamientos. Y del equipo de oficina: no lo dejarlo prendido sin usarlo. Para el transporte planear bien las rutas. Primer Tiempo – medidas de bajo costo: Con sus primeros ahorros o si está en sus posibilidades pequeñas inversiones se concentran en reducir los periodos muertos del uso de energía como instalar sensores de movimiento para encendido, “timers” y fotoceldas, uso de focos incandescentes compactos conocidos como ahorradores que duran hasta 8 veces más con gran disminución de consumo eléctrico, uso de balastras electrónicas, en su caso iluminación de sodio para zonas exteriores y sustituir los señalamientos por sistemas LED.

Instalar termostatos, mantenimiento a techos y paredes con impermeabilizantes. Reemplazar empaques de equipos y ventanas, en zonas de almacenamiento y refrigeración colocar cortinas de plástico para aislar las áreas y permitir el acceso rápido. Sustituir pilotos por encendidos eléctricos, hornillas deficientes y mezcladores de aire/combustible que proporcionen flama azul. En el caso de equipos de oficina, procurar desconectar los equipos cuando no se encuentren en uso. Aquí el secreto es aislar, desconectar, usar con eficiencia y uso de dispositivos menores (focos, etc.) ahorradores.

Plato fuerte – Inversiones inteligentes a largo plazo: Aquí el secreto es invertir en equipos siempre pensando en el ahorro de energía, no necesariamente en el precio. En el diseño del restaurante pensar en ventanas aisladoras, zonas iluminadas naturalmente, estufas y hornos de alta tecnología, uso de equipos de limpieza química amigable al ambiente.

El Postre – Medir y administrar: Siempre se ha dicho, no se puede administrar lo que no se puede medir, mantener una bitácora de los consumos así se podrá ver el impacto de las medidas, este elemento podrá evolucionar en un control de mejora continua y de ahí a las auditorias energéticas, es una buena forma de determinar cómo administrar la energía. No olvidar que la seguridad es lo más importante junto con la higiene y el confort de los comensales, la cereza del pastel: ¡Ahorros en energía con responsabilidad hacia el medio ambiente!

**6.2.5 Plan de Manejo del Agua.** Los afluentes líquidos que genera el restaurante corresponden a las aguas servidas provenientes de los servicios higiénicos y de la cocina. Este afluente es transportado mediante un ducto de P.V.C. de 110 mm de diámetro conectándose a la red del proyecto colindante el cual posee la fosa séptica dimensionada para el tratamiento de ambos residuos líquidos.

Luego el líquido tratado sale de la fosa séptica a un sistema de dos pozos absorbentes intercomunicados.

La mayor parte del consumo de agua en un restaurante se realiza en tareas de higiene y limpieza.

Con la instalación de los economizadores podríamos ahorrar hasta un 50% del agua en los grifos baños.

La grifería del lavamanos, tal como viene de fábrica entrega 16 litros por minuto, este consumo puede reducirse a 0,33 Litros por cada pulsación de un grifo temporizado, o a 6-7 litros/min., colocando un perlizador ahorrador de agua en el grifo actual.

Las descargas tradicionales de WC entregan 8-10 Litros por cada pulsación, las nuevas descargas de doble botón, permiten elegir entre 3 ó 6 litros por descarga.

Estas medidas de ahorro, no disminuyen el confort del cliente, por lo contrario, el caudal suave y controlado de los grifos, evita salpicaduras. La descarga ecológica de WC, da una buena imagen de la empresa, mostrando responsabilidad frente al cambio climático. Al cabo del año, la empresa ahorrará muchos miles de litros de agua, favoreciendo las reservas de agua dulce, y ahorrando dinero en facturación de agua y energía.

Entre ellos tenemos:

- **Los reductores de caudal** son dispositivos que se acoplan a las griferías, reducen el flujo pero mantienen la presión. Los reductores de caudal se presentan con diferentes estrategias: algunos mezclan el agua con aire reduciendo su flujo, la boquilla y el difusor consiguen un aumento de la velocidad de circulación de agua y una depresión que facilita la entrada de aire por aspiración.

- **Griferías temporizadas y las electrónicas.** Las primeras permiten el paso del líquido durante unos segundos al pulsar un botón. Cuando el tiempo ha transcurrido, si se desea utilizar más cantidad, es necesario volver a pulsar. Un sensor de alta precisión detecta el movimiento y activa o desactiva la salida del agua automáticamente, consiguiendo un ahorro de agua y energía cada vez que se utiliza. Ver siguiente gráfica.

Gráfica 27. Griferías ambientales.



La elección de los detergentes es fundamental para no alterar la calidad de las aguas. Por eso utilizar detergentes biodegradables, es una buena decisión. Debe hacerse control de fugas y verificación mensual de consumos.

**6.2.6 Manejo de las aguas residuales y del drenaje con materias grasas.** Las aguas estarán contaminadas con bacterias, virus y parásitos, por lo tanto el establecimiento deberá contar con un sistema de drenaje adecuado para manejarlas aguas residuales que se producen y soportar cargas máximas. Dicho sistema de evacuación debe mantenerse en buen estado de funcionamiento y estar protegido para evitar el ingreso de roedores e insectos al establecimiento. Será necesario limpiar y quitar la grasa periódicamente, instalando trampas de grasa para prevenir la acumulación de ésta y evitar que el drenaje se obstruya ya que podrían causar problemas de contaminación y mal olor.

Se debe identificar y distinguir en forma clara los tubos de todo el sistema de evacuación de aguas residuales y los tubos que llevan agua potable. Para facilitar las actividades de higiene en el área de cocina. El piso deberá contar con un sistema de evacuación para las aguas residuales.

### 6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

Para realizar la evaluación financiera se toman como base el flujo de caja proyectado, se halla el valor presente neto del proyecto y la tasa interna de retorno.

**6.3.1 Valor Presente Neto VPN.** Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Para efectos de este proyecto se estima la tasa de oportunidad del mercado, a través del costo del dinero en el mercado teniendo en cuenta la tasa de oportunidad del mercado de 4,21%<sup>48</sup> (T.E.S. 21 de julio de 2011) y calculando el proyecto con un riesgo medio del 10%. Se aplicó la fórmula de tasas sucesivas para determinar la tasa de oportunidad del mercado.

<sup>48</sup> URL. [www.accivalores.com/.../secure\\_download.php](http://www.accivalores.com/.../secure_download.php) [Citado en Julio de 2011]

Donde:

T<sub>1</sub> es 4,21%

T<sub>2</sub> es 10%

$$\text{TOM} + \text{Riesgo} = (1 + I_1) (1+I_2) - 1 = 14,63\%$$

Cuadro 78. Cálculo de la tasa de oportunidad del mercado

<b>TASA DE OPORTUNIDAD</b>	<b>%</b>
TES	4,21%
RIESGO DEL NEGOCIO	10,00%
<b>TASA DE OPORTUNIDAD</b>	<b>14,63%</b>
TASA DE INFLACIÓN	4,00%
<b>TASA REAL</b>	<b>10,22%</b>

Fuente: Autoras del proyecto.

Se tomaron los valores en todos los períodos del proyecto con base a los precios o valores de un mismo año (año de cálculo). Por lo tanto no se involucró el efecto inflacionario en el transcurso de los períodos. En este caso se aplicara la tasa actual de inflación del 4% indicado por el ministerio de Hacienda de Colombia. Es decir la tasa de oportunidad real es del 10,22%. Calculado con la tasa real.

Cuadro 79. Valor presente neto y tasa interna de retorno.

<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>	<b>VALOR PRESENTE</b>	<b>TASA DE DESCUENTO</b>
0	-177.000.000	-177.000.000	10,22%
1	56.212.708	\$ 51.000.461	
2	60.755.698	\$ 50.011.076	
3	72.133.835	\$ 53.871.343	
4	83.150.242	\$ 56.340.655	
5	106.187.638	\$ 65.278.765	
\$ 276.502.300	VPN INGRESOS		
\$ -177.000.000	VPN EGRESOS		
\$ 99.502.300	<b>VPN</b>		
<b>28.07%</b>	<b>TIR</b>		

El VPN calculado arrojó como resultado 99.502.300 > 0 entonces es conveniente la inversión en este proyecto.

**6.3.2 Tasa interna de retorno TIR.** Se define como la tasa de descuento que hace que el VPN sea igual a cero, es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Es aquella que sirve para determinar la rentabilidad del proyecto, facilitando la tasa de interés con que el inversionista está

recuperando lo que aportó y de esta manera saber si vale la pena el proyecto o si es mejor invertir su dinero en otro tipo de negocio que le resulte más rentable.

$$\Sigma \text{VPN} = 0$$

Según el flujo neto de caja (FNC), y teniendo en cuenta las premisas anteriores se procedió a calcular la TIR aplicando la fórmula respectiva, dando como resultado el 28.07% El porcentaje arrojado indica que el retorno del negocio es suficiente para compensar el costo de oportunidad del dinero y además produce un rendimiento adicional, por lo tanto resulta llamativo el proyecto.

**6.3.3 Período de recuperación.** Analizando la utilidad de los resultados del flujo de caja la recuperación de la inversión se logra en el tercer año. Ver siguiente cuadro:

Cuadro 80. Período de recuperación.

AÑO	UTILIDAD	RECUPERACIÓN	INVERSIÓN
1	\$56.212.708	\$56.212.708	
2	\$60.755.698	\$60.755.698	
3	\$72.133.835	\$60.031.594	\$177.000.000
4	\$83.150.242		
5	\$106.187.638		

## 7. CONCLUSIONES

En el 69% de los hogares de Barrancabermeja, consume la alimentación fuera del hogar por parte de dos miembros, debido a los compromisos laborales y poco tiempo permitido para esta labor, tomando fundamentalmente el almuerzo y dejando para los fines de semana el consumo con fines de integración familiar ya sea al mediodía o en las horas de la tarde.

Los encuestados que consumen alimentos por fuera de casa están comiendo comida tradicional, considerando los lugares a los cuales asiste de buenos en un 25% a buenos en un 65%, así mismo el 77% muestra gran interés por el consumo de alimentos por peso prevaleciendo en el deseo de ensaladas, carnes asadas, bebidas y postres a fin de mantener una dieta balanceada.

No existe oferta de restaurante de comida por peso en la ciudad y la que han manifestado conocer los encuestados son en la ciudad del Bucaramanga carnes del potrero y Lissto Gourmet en la ciudad de Bogotá.

Los precios para comidas que están en un peso aproximado de 500 gramos en restaurantes tradicionales están entre los \$14.000 y \$35.000 pesos.

Técnicamente los factores determinantes del tamaño del proyecto denotan que no presentan limitantes para la puesta en marcha del restaurante y que la ubicación del mismo no presenta inconvenientes con respecto al P.O.T. y está cercana a la ubicación de la mayor fuente de empleo que es la refinería de Barrancabermeja, con varias vías de acceso para llegar al sitio.

Se instala una capacidad para la atención de 135 personas diarias, utilizando a partir del primer año 105 hasta llegar al quinto año a la atención de 126.

En cuanto a requerimientos de recursos se cuenta con una variedad de proveedores locales y nacionales con disposición del suministro bajo la respectiva orden de compra.

Kilo Gourmet Ltda., es una empresa que suministra servicios de restaurante tipo buffet, con ventas por kilo, facilitando a las personas que consumen alimentos fuera de casa con eficiencia, higiene, calidad, proyectando ser reconocida por la solidez, profesionalismo y la prestación de un excelente servicio.

El kilo de comida a ofrecerse por el restaurante kilo gourmet es de \$24.000 que llevado al consumo de la población objetivo que está en un kilo aproximadamente, este costaría un valor de \$12.500, precio inferior al que están pagando los consumidores actualmente por este gramaje, en otros restaurantes.

Los recursos con que se da inicio al restaurante de comida por peso corresponden al 50% de recursos del crédito y 50% con dineros aportados por sus socios, para cubrir la inversión la cual asciende a un valor total de \$177.000.000.

El punto de equilibrio para la puesta en marcha del restaurante kilo gourmet se logra con la atención de 28.107 clientes anuales los que corresponden a 77 clientes diarios y al 73% de las ventas.

Con la realización de los estudios respectivos se analiza socialmente que la puesta en marcha del proyecto genera un impacto social positivo, tanto por los empleos generados como por la razón de ser del servicio a prestar, que trasciende al bienestar de las familias y comunidad trabajadora. Así mismo, dando cumplimiento a la normatividad ambiental y poniendo en marcha el plan de mitigación ambiental no trae repercusiones negativas hacia el medio ambiente.

Desde el punto de vista financiero, se concluye que el proyecto arroja ganancias desde su primer año, su VPN es positivo y la TIR corresponde a 28.07%.

## **8. RECOMENDACIONES**

Ser veedores de la calidad de las materias primas con que se preparan los alimentos y que la procedencia de los mismos sea de lugares que gocen de reconocimiento y aceptación de la Secretaría de Salud local.

Verificar la higiene permanente de todas las instalaciones del restaurante, dando cumplimiento al plan de manejo ambiental.

Evaluar periódicamente al talento humano con que cuenta la empresa para sostener la filosofía del excelente servicio y atención al cliente.

Innovar en la preparación de alimentos y mantener la variedad en los menú ofrecidos.

Manejar un buzón de sugerencias para el conocimiento de las inquietudes, necesidades, o quejas por parte de los clientes.

## BIBLIOGRAFÍA

ALCALDÍA MUNICIPAL. Oficina de Planeación Municipal. Revista Barrancabermeja en cifras 2001-2005. 147 p

CENTRO DE ESTUDIOS REGIONALES CER. Observatorio de coyuntura socioeconómica de Barrancabermeja. Convenio ECOPETROL, UIS, UNIPAZ, UCC, Programa de Desarrollo y Paz y Cámara de Comercio de Barrancabermeja 2005.

GUEVARA César, QUINTERO Guillermo. Organización y método. IREDI-U.I.S. Bucaramanga. 1996. p. 15.

MÉNDEZ A. Carlos E. Guía para Elaborar Diseños de Investigación en Ciencias Económicas Contables y Administrativa. Santa fe de Bogotá. Editorial Mac Graw Hill. 47-167p.

MIRANDA MIRANDA, Juan José. Gestión de proyectos. Identificación-Formulación, Evaluación Financiera-Económica-Social-Ambiental. Cuarta edición. Bogotá: mm editores, 2003. 438 p.

SANCHEZ TORRES, Carlos A., Nuevo régimen jurídico del medio ambiente. Ediciones rosaristas, primera edición 1994. Aporta los lineamientos de carácter legal necesarios para la puesta en marcha del proyecto y poder darle cumplimiento.

VARGAS MANTILLA, Jorge Enrique. Preparación y Evaluación de proyectos de Inversión. Primera Edición, Bucaramanga 1987.241p.

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Apuntes Básicos para la Preparación de proyectos, Bucaramanga: La Universidad. Sin fecha. Guía que genera la universidad para informar al alumno y necesaria para cumplir los pasos en la realización del trabajo de investigación.

VARELA, Rodrigo. Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresa, Segunda Edición, Bogota 2001, 400p.

VARGAS MANTILLA, Jorge Enrique. Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión. FEDI-UIS. Bucaramanga. 1987. p.21.

## WEBGRAFIA

CAPRILE, Claudia. 2010. Comida por peso en Río de Janeiro. Via gourmet.com. Disponible en: <http://www.viagourmet.com/experiencias/notas/comida-por-peso-en-rio-de-janeiro.html>

CER. Censo Empresarial de Barrancabermeja. 2005. Disponible en: <http://www.ccbarranca.org.co/resultadoscenso.pdf>

CONTRERAS GUTIERREZ, Erika. Recuperado 15 de marzo de 2011. Disponible en [http://www.ecopetrol.com.co/especiales/cartapetrolera117/rev\\_social.htm](http://www.ecopetrol.com.co/especiales/cartapetrolera117/rev_social.htm)

COSSO, Mariana. Restaurante por kilo. Consultado Junio 15 de 2011. Disponible en: <http://www.soyentrepreneur.com/platillos-por-kilo.html>

DANE, Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Censo 2005. Disponible en <http://www.venio.info/pregunta/cuantos-habitantes-tiene-barrancabermeja-santander-16546.html>

ECOPETROL. 2009. Modernización de la refinería de Barrancabermeja. Disponible en: [http://www.ecopetrol.com.co/contenido\\_imprimir.aspx?conID=42085&catID=200](http://www.ecopetrol.com.co/contenido_imprimir.aspx?conID=42085&catID=200)

HERRERA, María de los Angeles. 2010. EL UNIVERSAL.COM. Disponible en: <http://www.eluniversal.com/estampas/anteriores/250704/encuentros3.shtml>.

JARAMILLO ANJEL. Enrique. 2009. Revista la barra. Colombianos comen más por fuera. Disponible: <http://www.revistalabarra.com.co/larevista/edicion-24/negocios1/gastronomia-colombiana-vacas-flacas.htm>

MONOGRAFÍAS.COM S.A. Origen y evolución del servicio de alimentos y bebidas. Recuperado noviembre 15 de 2010. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos63/origen-servicio-alimentos-bebidas/origen-servicio-alimentos-bebidas.shtml>

SOCIEDAD PORTUARIA DE BARRANCABERMEJA. Año 2006. Disponible en: [http://fs03eja1.cormagdalena.com.co/nuevaweb/puertos/tema\\_portuarui.Htm](http://fs03eja1.cormagdalena.com.co/nuevaweb/puertos/tema_portuarui.Htm).

STAR MEDIA. Restaurantes. Recuperado noviembre 16 de 2010. Disponible en: <http://html.rincóndelvago.com/restaurantes.html>

SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES. (2010). Principales características de las sociedades comerciales. Disponible en <http://www.supersociedades.gov.co/ss/drvisapi.dll?Mlval=sec&dir=45&id=14374>

WIKILINGUE BETA. 2010. Comida por kilo. Disponible en:  
[http://es.wikilingue.com/pt/Comida\\_por\\_Kilo](http://es.wikilingue.com/pt/Comida_por_Kilo).

## **ANEXOS**

## ANEXO A. Cuestionario dirigido a la demanda.

CUESTIONARIO
OBJETIVO
<p>Con el fin de determinar las posibilidades para impulsar empresarialmente la creación de un Restaurante de comida por peso en Barrancabermeja, presentamos a usted este cuestionario el cual le solicitamos responder con la mayor sinceridad.</p>
<p>1. ¿ALGÚN MIEMBRO DE ESTE HOGAR TOMA LA ALIMENTACIÓN FUERA DE CASA?</p> <p>SI _____ Siga respondiendo la encuesta. NO _____ Pase a la pregunta 8.</p> <p>Cuál comida? Almuerzo _____ Cena _____ Otro cuál? _____ .</p> <p>¿PORQUÉ? _____.</p>
<p>2. ¿CUÁNTOS MIEMBROS DE ESTE HOGAR TOMAN ALIMENTACIÓN FUERA DE CASA?</p> <p>a. 1 -2 _____</p> <p>b. 3 -4 _____</p> <p>c. Otro ¿cuál? _____</p>
<p>3. ¿QUÉ DÍAS DE LA SEMANA SE ALIMENTAN POR FUERA?</p> <p>d. De lunes a viernes _____</p> <p>e. Sábados _____</p> <p>f. Domingos _____</p> <p>g. Otro ¿Cuál? _____</p>
<p>4. ¿QUÉ PRESUPUESTO ESTÁ INVIRTIENDO ACTUALMENTE EN CADA COMIDA?</p> <p>a. 5.000 y 10.000 _____</p> <p>b. 10.001 y 15.000 _____</p> <p>c. 15.001 y 20.000 _____</p> <p>h. Más de 20.000 _____</p>
<p>5. ¿QUÉ SITIOS FRECUENTA PARA TOMAR SU ALIMENTACIÓN?</p> <p>a. Restaurante tradicional _____</p> <p>b. Restaurante vegetariano _____</p> <p>c. Restaurante comida mexicana _____</p> <p>d. Restaurante comida española _____</p> <p>e. Otro ¿Cuál? _____</p>
<p>6. ¿QUÉ CONCEPTO LE MERECE EL SITIO O LUGAR DONDE SE HA ALIMENTADO?</p> <p>Excelente _____ Bueno _____ Regular _____ Malo _____</p> <p>¿POR QUÉ? _____.</p>
<p>7. ¿DE LOS SIGUIENTES ASPECTOS CUAL ES EL DETERMINANTE A LA HORA DE ELEGIR RESTAURANTE?</p> <p>a. Precio _____</p> <p>b. Variedad _____</p> <p>c. Agilidad _____</p> <p>d. Buen servicio _____</p> <p>e. Otro ¿Cuál? _____</p>

8. ¿HA TENIDO LA OPORTUNIDAD DE CONOCER LA VENTA DE COMIDAS POR PESO DONDE USTED ARMA SU PLATO PAGANDO EN FUNCIÓN DEL PESO DE LOS ALIMENTOS QUE REALMENTE VA A CONSUMIR?

SI \_\_\_\_\_ ¿En qué lugar? \_\_\_\_\_  
 NO \_\_\_\_\_

9. ¿SI EXISTIERA EN BARRANCABERMEJA UN RESTAURANTE DE COMIDA POR PESO LO FRECUENTARÍA?

SI \_\_\_\_\_ Continúe respondiendo la encuesta.  
 NO \_\_\_\_\_ Finalice la encuesta.

¿POR QUÉ? \_\_\_\_\_

10. ¿QUÉ ALIMENTOS Y EN QUÉ PREPARACIÓN COMPRARÍA EN ÉL?

CARBOHIDRATOS					PROTEÍNAS						
ARROZ	x	PAPA	x	PLÁTANO	x	PASTAS	x	CARNES	x	PREPAR.	x
Blanco		Al vapor		Al vapor verde		Carbonara		Res		Estofados	
Al pimentón		Al perejil		Frito verde		Boloñesa		Cerdo		Asados	
De coco		Gratinada		Patacón verde		Lasaña		Pollo		A la plancha	
Con pollo		Carbonara		Al vapor maduro				Pez mar		Fritos	
Con verduras		En puré		Frito maduro				Pez río		Rellenos	
Verde		A la francesa		Patacón maduro				Atún		Con salsas	
Con fideos		Al horno									
SOPAS				ENSALADAS		BEBIDAS		POSTRES			
CREMAS	x	TRADICIONALES	x	CAZUELA	x	CLASE	x	CLASE	x	CLASE	x
Verduras		Sancocho		Bagre		Crudas		Jugo frutas		Tortas	
Tomates		De arroz		Mariscos		Al vapor		Gaseosas		Flanes	
Cebolla		De verduras		Mixta		Agridulce		Aromáticas		Dulces	
		De pastas		De pollo		Con encurtidos				Gelatinas	
		De patacón									

11. ¿QUÉ SUGERENCIAS LE HARÍA USTED A ESTE LUGAR?

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**GRACIAS POR SU ATENCIÓN**

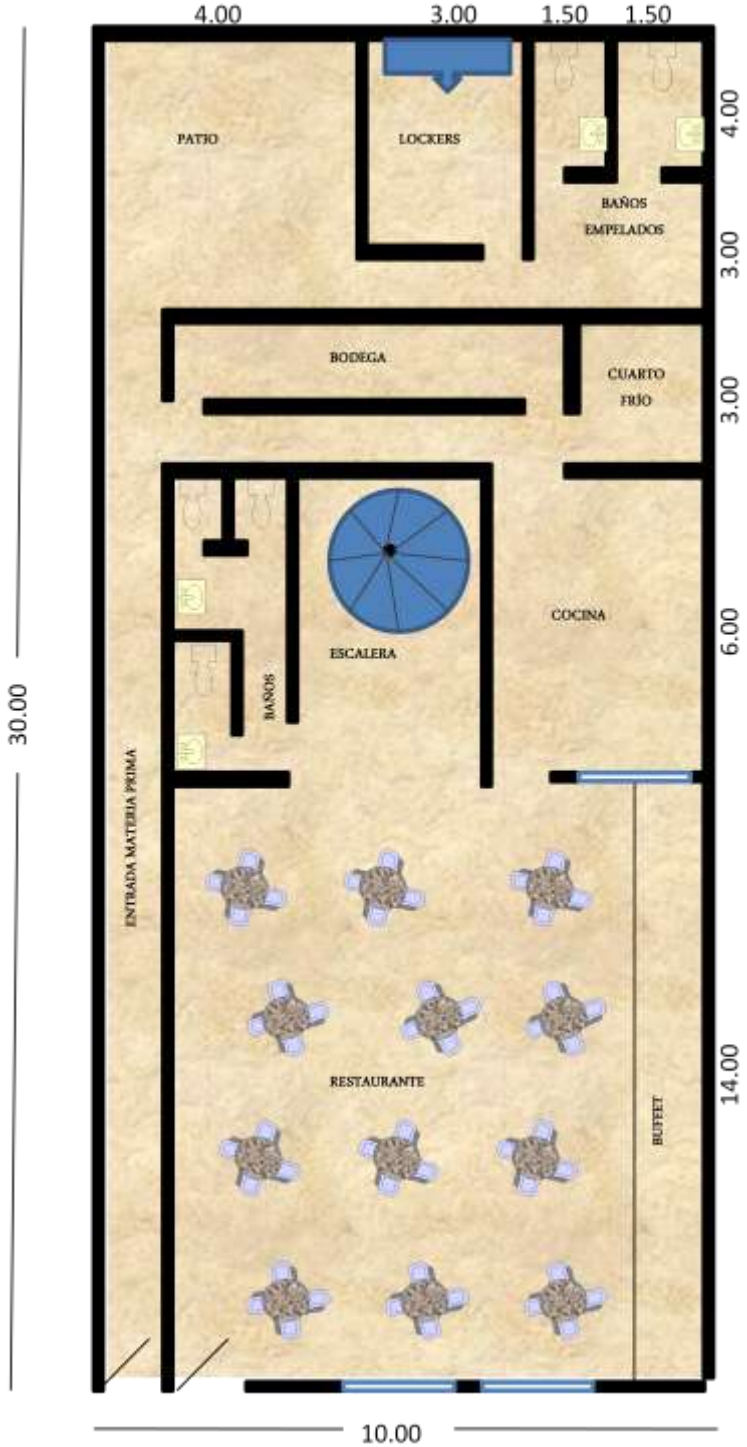
**Anexo B**  
**Croquis de la macrolocalización**



**Anexo C**  
**Croquis de la microlocalización**





**Anexo D**  
**Distribución de planta física**





## Anexo E Cotizaciones varias

	95	<p><b>COCINA INDUSTRIAL SIN HORNO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 Quemadores grandes.</li> <li>• 4 Quemadores medianos.</li> <li>• Mueble en acero inoxidable.</li> </ul> <p><a href="#">Descargar catálogo</a></p>		136.000 BTU/h	158 x 88 x 87"	\$ 5.200.000
---	----	--	--	---------------	----------------	--------------

	5	<p><b>FREIDORA A GAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 Tanque.</li> <li>• 2 Canastillas.</li> <li>• Sistema modular para conexión en serie.</li> <li>• Mueble y tanque en acero inoxidable.</li> </ul> <p><a href="#">Descargar catálogo</a></p>	10 Litros	30.000 BTU/h	51 x 44 x 30"	\$ 1.000.000
---	---	---	-----------	--------------	---------------	--------------

	PAIE	<p><b>CORTADOR DE VEGETALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo pesado.</li> <li>• Protectores de seguridad para las manos.</li> <li>• Disponibles discos de corte opcionales para rebanar, julianas, rallar y cubos.</li> <li>• Valor adicional por cada disco \$ 290.000.</li> </ul> <p><a href="#">Descargar catálogo</a></p>		½ HP 375 Wh 110 V	25 x 44 x 59"	\$ 2.900.000
---	------	---	--	-------------------------	---------------	--------------

	LAR 4	<p><b>LICUADORA INDUSTRIAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alto rendimiento.</li> <li>• Trabajo pesado.</li> <li>• 1 Velocidad.</li> <li>• Preparación de alimentos.</li> <li>• Vaso y base en acero inoxidable.</li> </ul> <p><a href="#">Descargar catálogo</a></p>	4 Litros	½ HP 375 Wh 110 V	20 x 57"	\$ 1.000.000
---	-------	--	----------	-------------------------	----------	--------------

	CPH 700	<p><b>BATIDORA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo pesado.</li> <li>• Estructura metálica.</li> <li>• Velocidad graduable.</li> <li>• El motor se detiene al levantar la cabeza.</li> <li>• 3 Aditamentos mezcladores.</li> </ul> <p><a href="#">Descargar catálogo</a></p>	7 Litros	800 Wh 110 V	39 x 24 x 35"	\$ 2.680.000
---	---------	--	----------	-----------------	---------------	--------------



## Horno Industrial En Acero

### DESCRIPCION

- Horno industrial en acero (1x1x1,6m - incluida la base)
  - 3 cámaras de 70 x 50 cm (medida interna)
  - Paredes recubiertas
  - Gas natural
  - Base en hierro con rodachines
- (Costó \$ 900.000)



Calle 15 # 10-26  
Oficina 203 - Show Room 104  
PBX (57)(1) 334 5212  
FAX (57)(1) 341 4463  
Bogotá Colombia

**Honeywell**  
Líder en tecnología y fabricación



Báscula de cocina electrónica PCE-BSH 6000  
con una gran pantalla y un plato de pesado de acero noble

\$ 81.800

	1501	<p><b>CARRO DE SERVICIO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 Entrepapeños.</li> <li>• Extrafuerte.</li> <li>• Ruedas giratorias.</li> <li>• Fabricado en acero inoxidable.</li> </ul> <p><a href="#">Descargar catálogo</a></p>	6 Bandejas	100 x 40 x 88	\$ 1.800.000
--	------	---	------------	---------------	--------------

## Muebles y enseres

Modelo	Características	Capacidad	Potencia	Dimensión/cm.	\$ con IVA
	<p><b>MESA DE TRABAJO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Línea modular.</li> <li>• Disponible en otras dimensiones.</li> <li>• Fabricada en acero inoxidable.</li> </ul> <p><a href="#">Descargar catálogo</a></p>			130 x 65 x 87	\$ 1.400.000

	37560	<b>OLLA ARRDCERA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recipiente interior antiadherente.</li> <li>• Cocción en 40 minutos.</li> <li>• Conserva la temperatura.</li> <li>• Mueble en acero inoxidable.</li> </ul> <a href="#">Descargar catálogo</a>	Hasta 60 tazas	1,500 Wh 110 V	47 x 39	\$ 750.000
---	-------	---	----------------	-------------------	---------	------------



	758	<b>MÓDULO CALIENTE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incluye 5 recipientes de 20 Lt. ó 10 recipientes de 10 Lt.</li> <li>• Vitrina y paca bandejas incluidos.</li> <li>• Patas niveladoras en aluminio.</li> <li>• Mueble, tanques y recipientes en acero inoxidable.</li> </ul> <a href="#">Descargar catálogo</a>		30.000 BTU/h	180 x 65 x 87	\$ 8.500.000
---	-----	--	--	--------------	---------------	--------------





### Balanzas Electronicas Systel Cuora 30 Kg Imprime Etiqueta


**\$ 5.200<sup>00</sup>**

	692699K	<b>OLLAS EN ACERO INOXIDABLE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manijas extra fuertes.</li> <li>• Bordes sin filos para mayor seguridad.</li> <li>• Rápido calentamiento y distribución del calor.</li> </ul> <p>6921A9: 30 x 23. 13,5 Lt. \$ 270.000 692499K: 36 x 26. 24,5 Lt. \$ 450.000</p> <a href="#">Descargar catálogo</a>	58 Litros		50 x 38	\$ 679.000
	6150700	<b>OLLAS RECTAS EN ACERO INOXIDABLE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo pesado.</li> <li>• Manijas extra fuertes.</li> <li>• Rápido calentamiento y distribución del calor.</li> </ul> <p>6151700: 40 x 15. 18 Lt. \$ 350.000 6150100: 24 x 24. 10 Lt. \$ 150.000 6150300: 30 x 30. 20 Lt. \$ 265.000 6150500: 34 x 34. 30 Lt. \$ 350.000</p> <a href="#">Descargar catálogo</a>	50 Litros		40 x 40	\$ 500.000


	13318	<b>RECIPIENTE PARA ALIMENTOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tercio.</li> <li>• Tapa modelo 13316: \$ 24.000.</li> </ul> <a href="#">Descargar catálogo</a>	4 Litros		32,5 x 17,6 x 10,2	\$ 35.000
	13319	<b>RECIPIENTE PARA ALIMENTOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tercio.</li> <li>• Tapa modelo 13316: \$ 24.000.</li> </ul> <a href="#">Descargar catálogo</a>	6 Litros		32,5 x 17,6 x 15	\$ 56.000

	X 11581	<b>SAMOVAR REDONDO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bordes redondeados.</li> <li>• Tanques troquelados sin soldaduras.</li> <li>• Fabricado en acero inoxidable.</li> </ul> <a href="#">Descargar catálogo</a>	4 Litros		42 x 34 x 26	\$ 190.000
---	---------	--	----------	--	--------------	------------

	X 51289	<b>SAMOVAR RECTANGULAR</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bordes redondeados.</li> <li>• Tanques troquelados sin soldaduras.</li> <li>• Fabricado en acero inoxidable.</li> </ul> <a href="#">Descargar catálogo</a>	6.5 Litros		64 x 36 x 37	\$ 430.000
---	---------	--	------------	--	--------------	------------

	X 61761	<b>SAMOVAR OVALADO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bordes redondeados.</li> <li>• Tanques troquelados sin soldaduras.</li> <li>• Fabricado en acero inoxidable.</li> </ul> <a href="#">Descargar catálogo</a>	5.5 Litros		55 x 31 x 29	\$ 280.000
--	---------	--	------------	--	--------------	------------

	Modelo	Características	Capacidad	Potencia	Dimensión/cm.	\$ con IVA
	13113	<b>RECIPIENTE PARA ALIMENTOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entero.</li> <li>• Tapa modelo 13116: \$ 60.000.</li> </ul> <a href="#">Descargar catálogo</a>	2.5 Litros		53 x 32.5 x 2	\$ 43.000
	13117 AH	<b>RECIPIENTE PARA ALIMENTOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entero, perforado.</li> <li>• Tapa modelo 13116: \$ 60.000.</li> </ul> <a href="#">Descargar catálogo</a>			53 x 32.5 x 6.4	\$ 86.000
	13117	<b>RECIPIENTE PARA ALIMENTOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entero.</li> <li>• Tapa modelo 13116: \$ 60.000.</li> </ul> <a href="#">Descargar catálogo</a>	8.5 Litros		53 x 32.5 x 6.4	\$ 56.000

	2M	<p><b>DISPENSADOR DE BEBIDAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 Tanques.</li> <li>• Palas agitadoras.</li> <li>• Regulación automática de temperatura.</li> <li>• Recipiente en poli carbonato.</li> <li>• Válvula dosificadora en acero inoxidable.</li> <li>• Gabinete en acero inoxidable.</li> </ul> <p><a href="#">Descargar catálogo</a></p>	12 Litros c/u	400 Wh 110 V	39 x 42 x 63	\$ 3.200.000
---	----	--	---------------	-----------------	--------------	--------------



Calle 15 # 10-26  
Oficina 203 - Show Room 104  
PBX (57)(1) 334 5212  
FAX (57)(1) 341 4463  
Bogotá Colombia

# Honeywell

Líder en tecnología y fabricación



**CASIO TE 2200**

**REGISTRADORA ALFA-NUMERICA PARA TRABAJO PESADO  
ALMACENES DE ROPA, CACHARRERIA, AGROALMACENES, ETC.**

Actualizada a idioma español.  
Impresión térmica 2 rollos para auditoría y cliente en papel de 58 mm.  
90 departamentos: 2000 plus o productos.  
40 masas o empleados.  
Programa sencillo con 4 tablas de impuesto.  
Control de inventarios y función calculadora.  
Conexión a lector de código de barras.  
Conexión a PC e interface a lector de código de barras.

\$ 450.000



## Anexo F. Presupuesto de Adecuaciones Locativas

ITEM	DESCRIPCIÓN	UN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>1</b>	<b>Preliminares</b>				
1,01	Localización y replanteo	m <sup>2</sup>	165	\$ 2.850,00	\$ 470.250,00
1,02	Demoliciones de piso	m <sup>2</sup>	165	\$ 10.000,00	\$ 1.650.000,00
<b>2</b>	<b>Mampostería</b>				
2,01	Ladrillo H10 y H7	m <sup>2</sup>	30	\$ 48.500,00	\$ 1.455.000,00
<b>3</b>	<b>Instalaciones Sanitarias</b>				
3,01	Puntos de Aguas negras	Pto	3	\$ 49.500,00	\$ 148.500,00
3,02	Tubería de aguas negras de 4"	MI	20	\$ 18.500	\$ 370.000,00
3,03	Tubería de aguas negras de 6"	MI	26	\$ 18.500	\$ 481.000,00
3,02	Caja de inspección 60x60	Un	3	\$ 75.000,00	\$ 225.000,00
<b>5</b>	<b>Instalaciones Hidráulicas</b>				
5,01	Punto de agua potable	Pto	12	\$ 47.500,00	\$ 570.000,00
5,02	Lavadero prefabricado	Un	1	\$ 160.000,00	\$ 160.000,00
5,03	Combo Acuacer Blanco	Un	3	\$ 245.000,00	\$ 735.000,00
5,04	Registro, ducha y regadera	Un	3	\$ 45.000,00	\$ 135.000,00
5,05	Pozeta acero inoxidable	Un	1	\$ 110.000,00	\$ 110.000,00
5,06	Mesón en concreto	Un	1	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00
5,07	Acometida principal sanitaria	Un	1	\$ 650.000,00	\$ 650.000,00
5,08	Llave de paso 1/2"	Un	1	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
5,09	Tanque de aire	Un	1	\$ 165.000,00	\$ 165.000,00
5,1	Llaves terminales	Un	3	\$ 21.000,00	\$ 63.000,00
5,11	Rejillas de 2"	Un	2	\$ 10.000,00	\$ 20.000,00
5,12	Rejillas de 3"	Un	2	\$ 11.000,00	\$ 22.000,00
5,13	Rejillas de 4"	Un	1	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
<b>6</b>	<b>Instalaciones eléctricas</b>				
6,01	Acometida	Un	1	\$ 580.000,00	\$ 580.000,00
6,02	Contador con caja	Un	1	\$ 550.000,00	\$ 550.000,00
6,03	Tablero de 6 circuitos	Un.	1	\$ 135.000,00	\$ 135.000,00
6,04	Salida de alumbrado	Un	15	\$ 45.000,00	\$ 675.000,00
6,05	Tomas dobles	Un	12	\$ 45.000,00	\$ 540.000,00
6,06	Toma mixto	Un.	1	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00
6,07	Salida Tv y teléfono	Un	2	\$ 35.000,00	\$ 70.000,00
<b>7</b>	<b>Replanteo piso</b>				
7,01	Mortero de nivelación	m <sup>2</sup>	165	\$ 36.000,00	\$ 5.940.000,00
<b>8</b>	<b>Carpintería metálica</b>				

ITEM	DESCRIPCIÓN	UN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
8,01	Mesón en acero inoxidable	und	2	\$ 1.250.000,00	\$ 2.500.000,00
8,02	Portón	und	1	\$ 1.700.000,00	\$ 1.700.000,00
8,03	Puertas	Un	5	\$ 200.000,00	\$ 1.000.000,00
<b>9</b>	<b>Cubierta</b>				
9,01	Cubierta en Asbesto cemento	m <sup>2</sup>	60	\$ 66.500,00	\$ 3.990.000,00
<b>10</b>	<b>Acabados</b>				
10,01	Reboque muros	m <sup>2</sup>	180	\$ 5.700,00	\$ 1.026.000,00
10,02	Estuco	m <sup>2</sup>	350	\$ 6.500,00	\$ 2.275.000,00
10,03	Pintura	m <sup>2</sup>	130	\$ 5.500,00	\$ 715.000,00
10,04	Cuarto frío	und	1	\$ 3.624.750,00	\$ 3.624.750,00
10,05	Enchape cerámica	m <sup>2</sup>	140	\$ 38.500,00	\$ 5.390.000,00
10,06	Pisos en cerámica	m <sup>2</sup>	165	\$ 42.500,00	\$ 7.012.500,00
10,07	Cieloraso aluminio y lámina Eternit	m <sup>2</sup>	165	\$ 28.000,00	\$ 4.620.000,00
	<b>TOTAL INCLUIDO A.I.U.</b>				<b>\$ 50.000.000,00</b>