

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN
RESTAURANTE CON FRANQUICIA EN EL CORREDOR VIAL SAN GIL –
BARICHARA.**

**NANCY ALIZETH VESGA GUALDRON
MONIKA ALEXANDRA RAMIREZ MORA**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE INGENIERIA FISICOMECHANICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
ESPECIALIZACION EN EVALUACION Y GERENCIA DE PROYECTOS
BUCARAMANGA**

2015

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN
RESTAURANTE CON FRANQUICIA EN EL CORREDOR VIAL SAN GIL –
BARICHARA.**

**Trabajo de monografía presentado como requisito para optar el título de
Especialista en Evaluación y Gerencia de proyectos**

**NANCY ALIZETH VESGA GUALDRON
MONIKA ALEXANDRA RAMIREZ MORA**

**Director
CARLOS EDUARDO DÍAZ BOHORQUEZ
Ing. Industrial**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE INGENIERIA FISICOMECHANICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
ESPECIALIZACION EN EVALUACION Y GERENCIA DE PROYECTOS
BUCARAMANGA**

2015

DEDICATORIA

A Dios por guiarme y llenarme siempre de bendiciones.

A mi esposo Mauricio por su permanente apoyo en mi crecimiento profesional y personal.

A mis hijos Juan Camilo y Laura Sofía por ser el motor y la alegría de mi vida.

A mis padres, en especial a mi madre Lucia por su motivación y apoyo incondicional.

NANCY ALIZETH

A Dios por haberme abierto las puertas y dado la oportunidad de poder iniciar y culminar mis estudios.

A mis padres que me apoyaron incondicionalmente, por sus consejos y motivación que me permitieron seguir adelante.

A mi esposo e hija que siempre me apoyaron y estuvieron presentes en los momentos de dificultad, brindándome sonrisas y abrazos.

MÓNICA ALEXANDRA

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION.....	16
1. OBJETIVOS.....	17
1.1 OBJETIVO GENERAL.....	17
1.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	17
2. ESTUDIO DEL ENTORNO.....	18
2.1 EVOLUCION DE LOS RESTAURANTES.....	18
2.2 LA FRANQUICIA.....	19
2.3 LA FRANQUICIA MARVILLA.....	21
2.3.1 El Concepto de Negocio en MARVILLA.....	21
2.3.2 En que Consiste la Franquicia MARVILLA.....	21
2.3.3 Porqué una Franquicia MARVILLA.....	22
2.4 DIMENSION ECONOMICA.....	22
2.5 DIMENSION POLITICA.....	25
2.6 DIMENSION SOCIAL Y DEMOGRAFICA.....	29
3. ESTUDIO DE MERCADOS.....	31
3.1 OFERTA NACIONAL.....	31
3.2 OFERTA DEPARTAMENTAL.....	31
3.2.1 Villanueva.....	32
3.2.2 San Gil.....	33
3.2.3 Aratocha.....	33
3.3 OFERTA LOCAL.....	34
3.4 DEMANDA.....	35
3.4.1 Población Municipios.....	39
3.4.2 Visitantes Del Parque Nacional De Chicamocha.....	39
3.5 PRODUCTO / SERVICIO.....	40
3.6 PRECIO.....	43

3.7 PLAZA.....	43
3.8 PROMOCIÓN.....	44
3.8.1 Descripción De La Marca.....	46
4. NORMAS SANITARIAS PARA EL MANEJO DE ALIMENTOS EN LOS RESTAURANTES, BASADOS EN EL PROCEDIMIENTO DE APLICACIÓN DEL SISTEMA HACCP.....	47
4.1 PRINCIPIOS DEL SISTEMA DE HACCP.....	48
4.2 IMPLEMENTACION DE HACCP EN EL RESTAURANTE.....	49
5. ESTUDIO TECNICO.....	50
5.1 MACROLIZACION.....	50
5.2 MICROLOCALIZACION.....	52
5.3 TECNOLOGIA.....	53
5.4 OBRAS FISICAS.....	53
5.5. PROCESOS.....	57
5.5.1 Proceso Gerencial.....	58
5.5.1.1 Estructura Organizacional.....	59
5.5.2 Procesos Misionales.....	64
5.5.2.1 Elaboración de Alimentos.....	64
5.5.2.2 Proceso de Atención de clientes.....	65
5.5.3 Procesos De Apoyo.....	67
5.5.3.1 Proceso de Compras.....	67
5.5.3.2 Proceso de Recursos Humanos.....	69
6. ASPECTOS LEGALES.....	71
7. ESTUDIO FINANCIERO.....	77
7.1 INVERSION INICIAL.....	77
7.1.1 Inversión Fija:	77
7.1.2 Inversión Diferida:	84
7.1.3 Capital De Trabajo.....	84
7.1.4 Resumen De La Inversión Inicial.....	86
7.2 FINANCIACION.....	86

7.3 COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN.....	87
7.4 INGRESOS	90
7.5 BALANCE GENERAL PROYECTADO.....	91
7.6 ESTADO DE RESULTADOS.....	93
7.7 FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	94
8. ANALISIS FINANCIERO.....	95
9. CONCLUSIONES.....	96
BIBLIOGRAFIA.....	97

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Comportamiento PIB por Actividad Económica.....	23
Tabla 2. Población de Municipios.....	39
Tabla 3. Productos Ofrecidos.....	41
Tabla 4. Precios de los productos ofrecidos.....	43
Tabla 5. Requerimiento Mano de obra en operación.....	56
Tabla 6. Requerimientos de Infraestructura.....	78
Tabla 7. Requerimientos de Maquinaria y equipo.....	81
Tabla 8. Requerimientos de Muebles y Enseres.....	82
Tabla 9. Requerimientos equipos de cómputo.....	83
Tabla 10. Capital de Trabajo.....	84
Tabla 11. Inversión Inicial requerida.....	86
Tabla 12. Costo Materia Prima.....	87
Tabla 13. Costo Mano de Obra directa.....	88
Tabla 14. Costo Materiales Indirectos de fabricación.....	88
Tabla 15. Costo otros gastos de administración.....	89
Tabla 16. Costo mano de obra indirecta.....	89
Tabla 17. Proyección de los Ingresos.....	90
Tabla 18. Proyección del Balance General.....	92
Tabla 19. Proyección del Estado de Resultados.....	93
Tabla 20. Proyección del Flujo de Caja del Proyecto.....	94

LISTA DE GRAFICAS

Gráfica 1. Comportamiento PIB por ramas de actividad.....	24
Gráfica 2. Distribucion de la poblacion por área y provincia.....	30
Gráfica 3. Pasajeros Aereos Internacionales.....	36
Gráfica 4. Pasajeros Aereos Nacionales.....	36
Gráfica 5. Pasajeros Terrestres.....	37
Gráfica 6. Ocupación Hotelera.....	38
Gráfica 7. Promociones Franquicia.....	44
Gráfica 8. Promociones Franquicia 3x3.....	45
Gráfica 9. Promociones Franquicia Adicional.....	45
Gráfica 10. Logotipo Franquicia.....	46
Gráfica 11. Mapa de Ubicación Departamento de Santander.....	50
Gráfica 12. Mapa de Ubicación del proyecto.....	51
Gráfica 13. Ruta de llegada al proyecto.....	52
Gráfica 14. Plano y distribución de áreas.....	55
Gráfica 15 Mapa de Procesos.....	58
Gráfico 16. Organigrama del restaurante.....	59
Gráfico 17. Proceso de Elaboración de alimentos.....	64

Gráfica 18. Proceso de Atención a Clientes.....	65
Gráfica 19. Proceso de Compras.....	67
Gráfica 20. Proceso de Recursos humanos.....	69
Gráfica 21. Marco legal de la franquicia.....	73

RESUMEN

TITULO:

ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN RESTAURANTE CON FRANQUICIA EN EL CORREDOR VIAL SAN GIL – BARICHARA.¹

AUTORES

Monika Alexandra Ramírez Mora - Ingeniera de Sistemas²

Nancy Alizeth Vesga Gualdrón - Ingeniera de Sistemas

PALABRAS CLAVES

Prefactibilidad, Franquicia, Estudio de mercados, Normas sanitarias HACCP, Estudio técnico, Estudio legal, Estudio financiero.

DESCRIPCION

Teniendo en cuenta el crecimiento del turismo generado en los últimos años en el departamento de Santander específicamente en el corredor vial San Gil Barichara, se ha detectado una oportunidad de negocio, apoyada en el valor de la marca que transmite la Franquicia.

El dinamismo de este sector permite que se realice el estudio de prefactibilidad, que busca conocer la viabilidad del montaje del Restaurante; mediante el análisis de características propias del entorno detallando la dimensión económica, política, social; el estudio de mercados donde se analiza la oferta, demanda, precio, producto, luego se realiza un estudio técnico donde se define localización, maquinaria y equipo, recursos necesarios para el funcionamiento del negocio, además se describen los principales procesos y la estructura organizacional de la empresa, posteriormente se realiza un estudio legal donde se establecen las normativas que tienen que ver con la franquicia y por ultimo un estudio financiero donde especifica las inversiones, costos y análisis de Ingresos y Egresos requeridos, al igual que los flujos de caja proyectados definiendo los principales indicadores de rentabilidad como son la Tasa Interna de Retorno y el Valor Presente Neto.

Finalmente se presentan las conclusiones obtenidas de cada uno de los estudios realizados.

¹ Proyecto de Grado. Modalidad de trabajo de investigación.

² Facultad de Ingenierías Físico- Mecánicas. Escuela de Estudios Industriales y Empresariales.

Director: Carlos Eduardo Díaz Bohórquez.

ABSTRACT

TITLE:

FEASIBILITY STUDY FOR THE ESTABLISHMENT OF A RESTAURANT WITH FRANCHISE IN HIGHWAY CORRIDOR SAN GIL - BARICHARA.³

AUTHORS

Monika Alexandra Ramirez Mora - Systems Engineer⁴
Nancy Alizeth Vesga Gualdrón - Systems Engineer

KEYWORDS

Feasibility, Franchising, Market Research, Health standards HACCP, Technical Study, legal research, financial study.

DESCRIPTION

Given the growth of tourism generated in recent years in the department of Santander specifically in the corridor San Gil Barichara, it has been detected a business opportunity, based on the value of the brand that franchising.

The dynamism of this sector allows the prefeasibility study, which seeks to understand the feasibility of mounting restaurant is made by; analyzing the characteristics of the environment detailing the economic, political, social dimension; the study of markets where supply, demand, price, product is analyzed, then a technical study that location, machinery and equipment, resources needed to manage the business is conducted is defined also the main processes and organizational structure are described the company, then a law firm where regulations that deal with the franchise are set and finally a financial study which specifies the investment costs and Analysis of Revenues and Expenditures required for this case is performed as projected cash flows defining key performance indicators such as the Internal Rate of Return and Net Present Value.

Finally the conclusions given from each of the studies are presented.

³ Graduation Project. Working methods research.

⁴ Faculty of Mechanical Engineering Physical-. School of Industrial and Business Studies. Director: Carlos Eduardo Diaz Bohorquez.

INTRODUCCION

El objeto de este estudio de prefactibilidad; es conocer la viabilidad del montaje de un restaurante con franquicia en el corredor vial San gil – Barichara, basados en estudios de entorno, mercados, técnico, revisión de aspectos legales, ambientales y financieros; que lleven a tener un diagnóstico basado en fuentes secundarias, y así conocer la favorabilidad de llevar a cabo este proyecto.

Teniendo en cuenta la ubicación del restaurante, es de vital importancia el crecimiento del turismo, percibiéndose un incremento potencial y un futuro prometedor, gracias a los importantes y variados recursos naturales y culturales con los que cuenta la región, convirtiéndose en el motor de impulso del desarrollo social y económico.

Santander es una región de gran acogida por turistas nacionales y extranjeros, gracias a su ubicación geográfica, sus contrastes, sus paisajes, historia y actividades económicas es que se hace más atractiva para la creación de empresas enfocadas a satisfacer uno de los sectores más importantes de la economía que crece a ritmo acelerado como lo es el turismo, y teniendo en cuenta que la alimentación es una necesidad básica del ser humano que debe ser cubierta; hace que nazca esta idea de negocio.

Como complemento de esta idea se quiere fortalecer la competitividad de este tipo de negocios apoyados en el valor de la marca ya posicionada, la cual genera credibilidad, siendo a su vez la franquicia una de las formas de expansión de un negocio más segura y con mayor éxito⁵, a futuro se espera que se convierta en un parador que haga parte de los planes de turismo.

⁵ BURGOS PAVON GONZALO. La franquicia tratado práctico y jurídico. 2010.

1. OBJETIVOS

1.1. OBJETIVO GENERAL

Evaluar la viabilidad para la creación de un Restaurante con Franquicia en el corredor vial San Gil – Barichara, con el fin de brindar diferentes alternativas gastronómicas a los visitantes (Nacionales y Extranjeros).

1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Realizar un estudio de mercados, que permita identificar la demanda y oferta de la región en el sector de restaurantes.
- ✓ Identificar las normas sanitarias del manejo de alimentos en los restaurantes, basados en el procedimiento para la aplicación del sistema HACCP.
- ✓ Realizar un estudio técnico, que permita determinar, tamaño, localización y estructura física, para la realización del proyecto del restaurante con franquicia.
- ✓ Identificar aspectos legales a tener en cuenta en el montaje de un restaurante con franquicia.
- ✓ Realizar un estudio financiero que permita determinar la rentabilidad del proyecto.

2. ESTUDIO DEL ENTORNO

El análisis del entorno nos conduce a tener una visión global de las condiciones, económicas, políticas y sociales en las cuales está enmarcado el sector en el cual se entrará a competir, que permita analizar amenazas, oportunidades, y necesidades que se puedan satisfacer con la puesta en marcha del proyecto.

2.1 EVOLUCION DE LOS RESTUARANTES

El origen de los restaurantes se dio en Francia, en la ciudad de Paris en el año 1765. Aunque se dice que antes de esa fecha ya habían locales que utilizaban esta designación.

Existen dos teorías sobre que hizo denominar las casas de comidas Restaurantes, la primera fue a causa de un plato de comida llamado restaurant, el cual era un caldo de carne que se ofrecía en las casas en el siglo XVIII y que le dio al parecer el nombre a los establecimientos. La segunda se enfoca al nombre que el mesonero Boulagner colocó a la entrada de su restaurante, Champú d'Oiseau y que rezaba así: "Venite ad me vos qui stomacho laboratis et ego restaurabo vos." O, lo que es lo mismo: "Venid a mí todos los de estómago cansado y yo os lo restauraré", fue esta la referencia de la "restauración", la que terminaría derivando en el término de restaurante.

Esta idea se popularizó y rápidamente hubo restaurantes, por toda Europa. Al principio, los restaurantes eran casas de comida pensadas para servir únicamente a las familias más selectas. Sin embargo, en muy poco tiempo los chefs de más alta reputación que hasta entonces habían estado trabajando en las cocinas de las familias de más alta sociedad abrieron sus propios negocios o firmaron contratos con empresarios que formaron los restaurantes. Fueron estos nuevos establecimientos los que, buscando su lugar en el mercado y deseando ofrecer

sus servicios al público, se adaptaron a las necesidades y posibilidades del resto de clases, por esto se cuenta con tanta variedad de restaurantes en la actualidad como:

- ✓ Los restaurantes de alta cocina o gourmet
- ✓ Los restaurantes de comida rápida o fast food.
- ✓ El restaurante buffet
- ✓ Los restaurantes temáticos
- ✓ Los restaurantes de comida para llevar

Independiente del estilo y tipos de restaurantes, todos pueden ser establecimientos de comidas y cenas espectaculares, de las mejores calidades y dignas de los paladares más exquisitos.

El negocio de los Restaurantes públicos fue creciendo progresivamente, ya que el comer representaba para la familia media de las pequeñas ciudades una ocasión especial.

A partir de este tibio comienzo, el progreso que alcanzó el arte culinario de los restaurantes ya no se detuvo. El próximo paso fue no sólo esmerarse en la cocina sino en la manera de servir la comida al cliente.

2.2 LA FRANQUICIA

A partir de la Primera Guerra Mundial, cuando las compañías entendieron que era más rápido, fácil y rentable lograr su expansión a través del sistema de franquicias, que les permitía exhibir los nombres de las empresas, hacer publicidad con marcas registradas y proceder, en casi cada detalle del negocio, como si fueran propietarios de la cadena de tiendas.

Es aquí donde nace la Franquicia la cual se define como una concesión de derechos de explotación de un producto, actividad o nombre comercial, otorgada por una empresa a una o varias personas en una zona determinada».⁶

En otras palabras una empresa permite la utilización y el aval de su marca para que sea comercializada. Por lo que este tipo de acuerdos implica una casa matriz y alguien que asume dicha franquicia.⁷

Hay varios elementos importantes que componen la franquicia. Por una parte la marca comercial que distingue el franquiciador, un determinado "saber hacer" (o know-how) y la formación impartida a los franquiciados. A cambio de la cesión, el franquiciador recibe una regalía, royalty o canon que podrá retribuir la sesión de la marca comercial, el know-how cedido y la tasa de formación y asesoramiento.

En todo el mundo existen ya más de tres millones de unidades franquicias, 20,000 empresas franquiciantes y tres trillones de dólares avalan el negocio. Este dinamismo genera la creación de mano de obra directa e indirecta a lo largo del planeta.⁸

En Colombia el 48% de las franquicias internacionales provienen principalmente de EE.UU, España, Italia, Inglaterra y Francia. Pero en general, de las franquicias que actualmente participan en el país, un 10% hace parte del sector de comidas rápidas, mientras que el 6% es de restaurantes y bares; el 5% de hoteles y un 2,6% en panadería, repostería y pastelerías.⁹

⁶ FRANQUICIAS EN MEXICO [en línea]. <http://www.franquiciasenmexico.com.mx/historia-franquicias-mexicanas.htm>. 2008.

⁷ EL CONTRATO DE FRANQUICIA, SU EVOLUCIÓN Y SU INJERENCIA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO COLOMBIANO [en línea]. <http://revista.urepublicana.edu.co/wp-content/uploads/2012/07/El-contrato-de-Franquicia.pdf>. 2010.

⁸ FRANQUICIA [en línea]. <http://es.wikipedia.org/wiki/Franquicia>. 10 de febrero de 2015.

⁹ LA BARRA [en línea]. <http://www.revistalabarra.com.co/ediciones/ediciones-2013/edicion-57/especial-57/las-franquicias-y-su-exito.htm>. 2015

2.3 FRANQUICIA DE MARVILLA S.A

MARVILLA S.A. es una cadena de restaurantes santandereana con más de 45 años de experiencia en el sector de alimentos. Durante este tiempo de labores se han acreditados los más elevados estándares en los procesos productivos, de servicio al cliente, de manipulación de alimentos y de comercialización.

En la actualidad cuenta con 9 puntos de ventas distribuidos en diferentes áreas estratégicas de la ciudad de Bucaramanga y se dará apertura a dos nuevos puntos de venta adicionales en los próximos meses.

2.3.1 El Concepto de Negocio en MARVILLA

- ✓ Preparación y servicio de alimentos a la mesa con un alto grado de aceptación por parte de sus clientes, gracias a la tradición y reconocimiento con que cuenta.
- ✓ Alimentos de excelente calidad y buenas prácticas en su preparación y manejo.
- ✓ Concepto que crea la diferencia frente a la competencia gracias a una adecuada relación Costo – Producto.
- ✓ Empresa estructurada para apoyar el éxito de un restaurante franquiciado.

2.3.2 En que Consiste la Franquicia MARVILLA. Es una “Franquicia individual de carácter nacional para la elaboración, producción, promoción y comercialización de alimentos procesados en diferentes líneas: pollo, pastas, comidas rápidas, fritos, bebidas, heladería, carnes, pescados, menú infantil y la línea de combos; por medio de la aplicación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM); con altos estándares de calidad y ventajas competitivas bajo la marca e imagen de **MARVILLA**”.

2.3.3 Porqué una Franquicia MARVILLA:

- ✓ Tradición y reconocimiento
- ✓ Posicionamiento de marca
- ✓ Calidad y tecnología en procesos de producción
- ✓ Variedad y calidad en productos
- ✓ Negocio con alto potencial de mercado y probabilidades de éxito
- ✓ Menor riesgo en la inversión
- ✓ Manual de operaciones de la franquicia
- ✓ Programa de entrenamiento integral y Soporte continuo
- ✓ Negocio de alto potencial de mercado.
- ✓ Territorio Exclusivo y Protegido.
- ✓ Asesoría Operativa, en ubicación, Promocional y Publicitaria.
- ✓ Soporte Continuo.
- ✓ Programa de entrenamiento integral en sede del Franquiciante y en el punto de venta del Franquiciado.

2.4 DIMENSION ECONOMICA

Colombia es un país donde la diversidad gastronómica, centros turísticos y un sin número de paisajes, la han convertido en uno de los destinos escogidos a nivel de América Latina; lo que ha llevado a que el sector turístico genere un gran impacto en la participación del producto interno bruto PIB del país.

En el 2013 la economía del planeta creció 3,3%, América Latina 3,4%, la zona euro -0,3% y los estados Unidos 2,2%. En este escenario Colombia logró una expansión de 4,7%, impulsado por el buen comportamiento en la gran mayoría de las regiones que lo integran.¹⁰

¹⁰ CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA [en línea]. <http://www.camaradirecta.com>. 2014

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, En el tercer trimestre del año 2014 la economía colombiana creció 4,2 % con relación al mismo trimestre de 2013. Frente al trimestre inmediatamente anterior creció 0,6 %.

Durante lo corrido del año 2014, el Producto Interno Bruto creció en 5,0 % respecto al mismo periodo del año 2013.¹¹

Vale la pena destacar que, El crecimiento del PIB fue de 4,2 %, para el tercer trimestre de 2014, comparado con el mismo periodo de 2013, explicado principalmente por el comportamiento de las siguientes actividades: 12,7 % en construcción y 4,8 % en comercio, reparación, restaurantes y hoteles. Por su parte, las actividades que registraron caída fueron minas y canteras en 1,0 % e Industrias manufactureras en 0,3 %.

Tabla 1. Comportamiento PIB por Actividad Económica

Comportamiento anual del PIB por Ramas de Actividad Económica
2014 - III / 2013 - III

Variación porcentual anual - Series desestacionalizadas

Ramas de actividad	Variación porcentual
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	3,4
Explotación de minas y canteras	(1,0)
Industrias manufactureras	(0,3)
Suministro de electricidad, gas y agua	3,9
Construcción	12,7
Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	4,8
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	4,3
Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas	4,3
Actividades de servicios sociales, comunales y personales	4,7
Subtotal valor agregado	4,0
Impuestos menos subvenciones sobre la producción e importaciones	6,1
PRODUCTO INTERNO BRUTO	4,2

Fuente: DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales

Fuente: DANE – Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales

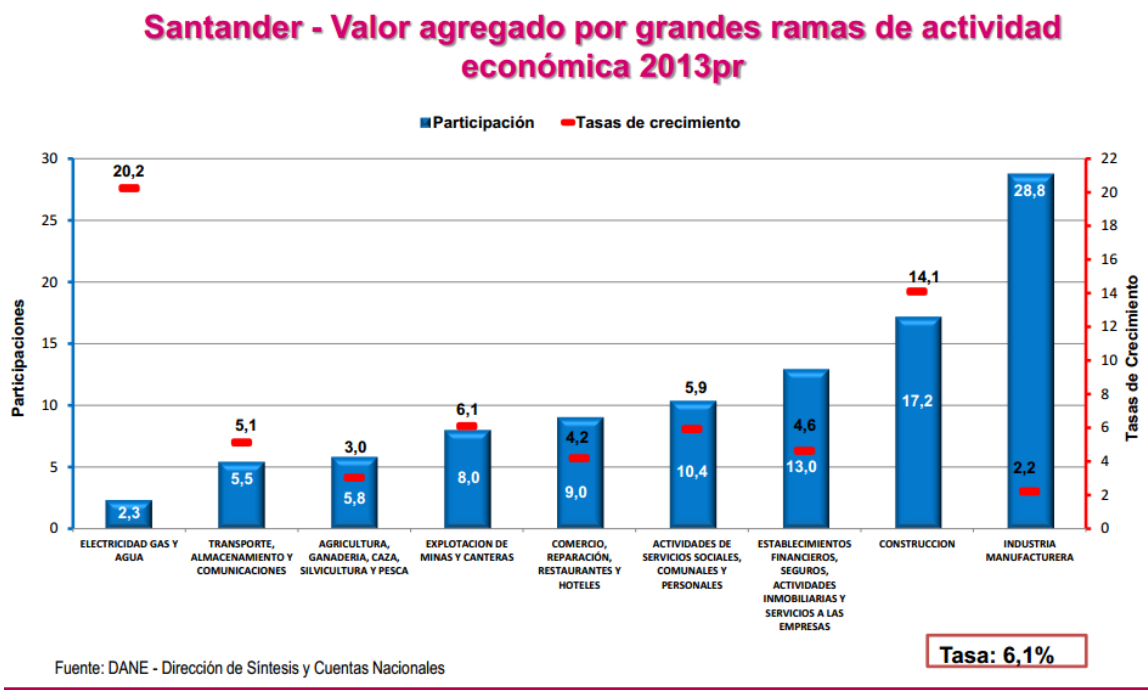
En el departamento de Santander, según datos del DANE y de la cámara de comercio de Bucaramanga se puede resaltar que el sector SERVICIOS es el de

¹¹ DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA DANE [en línea].
<http://www.dane.gov.co/index.php/pib-cuentas-nacionales/cuentas-trimestrales>. 4 de marzo de 2015

mayor participación en el departamento con (6.5%), ubicándose el sector COMERCIO en la posición cuarta con (4.2%), demostrando que va en aumento con el transcurrir de los años.

Analizando el PIB por sectores se puede establecer que dentro de las ramas de actividad que componen el PIB Producto Interno Bruto se encuentra el sector **Comercio, Restaurantes y hoteles**; se observa que para el año 2013, la **tasa igual a la media** creció en **(4,2%)**, con una participación del 12,1% del PIB. En solo comercio el crecimiento fue de 4,1%, mientras que en hoteles, restaurantes el aumento fue de 4,6%, como se observa en la Grafica 1.

Gráfica 1. Comportamiento PIB por ramas de actividad.



Fuente: DANE – Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales

En terminos generales podemos concluir que la economia del departamento sigue mostrando buenos resultados en la mayoria de sus indicadores y especificamente el sector de Hoteles y Restaurantes sigue en crecimiento a traves del tiempo.

En cuanto al Indice de precios al consumidor en el año 2014 la variación acumulada fue 3,66%. Esta tasa es superior en 1,72 puntos porcentuales al registrado en diciembre de 2013 (1,94%). El grupo de gasto que registró la mayor variación positiva fue alimentos con el (4,69%).¹²

2.5 DIMENSION POLITICA

Dentro de las políticas actuales del gobierno se destaca:

El plan de Desarrollo del departamento de Santander “Santander en Serio” 2012-2015, definió como uno de sus objetivos principales “consolidar la industria turística en Santander, como estrategia de fortalecimiento empresarial, empleo, transformación social de las áreas de influencia, crecimiento del producto interno bruto y generación de riqueza, para lo cual se ha propuesto un grupo de proyectos que buscan ampliar y mejorar la oferta turística del departamento entro los cuales se encuentran:

- ✓ Recuperación y mejoramiento de nuevos atractivos turísticos de Santander.
- ✓ Incorporación del tren del parque Nacional del Chicamocha y su área de influencia.
- ✓ Puesta en marcha del Acuparque Nacional del Chicamocha.
- ✓ Proyectos temáticos culturales.
- ✓ Proyectos de interés estratégico cultural, entre otros.

¹²DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA DANE [EN LÍNEA].
http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_dic14.pdf 4 de marzo de 2015

Adicionalmente trabaja en fortalecer el patrimonio inmueble y arquitectónico: “Fortaleciendo el corredor histórico patrimonial de Girón, San Gil y Socorro con una oferta de servicios turísticos para nacionales y extranjeros.

El municipio de San Gil, capital de la Provincia de Guanentá y capital turística del Departamento de Santander cuenta con una economía relativamente diversificada y dinámica, debido a que se ha convertido en el centro comercial, industrial, de servicios, educativo, financiero, turístico y cooperativo de la provincia.

El deporte de aventura, en sus manifestaciones de rafting, rappel, parapente, canotaje, espeleología, torrentismo, senderismo, observación de fauna y flora; la oferta hotelera apreciable y una muestra gastronómica auténtica con sus numerosos restaurantes, gozan de una fama bien ganada, destacándose la comida típica de la región como: mute, cabro, pepitoria, carne oreada, hormigas culonas, tamal santandereano, arepa santandereana, sopa de maíz, sopa de arroz con gallina, mondongo, ají, guarapo, chicha, masato de arroz, han convertido al municipio de San Gil en un receptor del mejor flujo turístico del oriente del país, ahora aumentando con el Parque Nacional del Chicamocha, que califica la oferta de atracciones paisajísticas y de naturaleza con sus parques urbanos como el Gallineral, Ragonessi, el Jovito, la Libertad parque central del municipio y otros más.

El plan de desarrollo del Municipio de San Gil 2012-2015 “Por el San Gil que merecemos” tiene como una de sus políticas el Desarrollo Turístico de Adentro hacia fuera; mediante la Gestión del plan de Desarrollo Turístico Municipal 2013-2030 pretende:

- ✓ Gestión del posicionamiento de San Gil a nivel regional, nacional e internacional mediante la promoción Turística, involucrando a todos los sectores económicos.

- ✓ Gestión y puesta en marcha del plan de señalización Turística de la Provincia Guanentina.
- ✓ Acondicionamiento de Infraestructura y equipamiento de uso turístico en las zonas naturales protegidas y en lugares de valor histórico patrimonial, urbano y rural.
- ✓ Gestionar programas de Capacitación al Sector Turístico del Municipio.
- ✓ Gestionar el establecimiento de puntos de información turística de San Gil.
- ✓ Gestión de Campeonatos de Deportes de Aventura.
- ✓ Gestionar la creación del Centro Artesanal Regional.

El Plan de Desarrollo del Municipio de Barichara: “Barichara competitiva, social e incluyente. 2012 – 2015”

En sus proyecciones encontramos:

- ✓ Plan de Desarrollo turístico para Barichara que contemple el inventario, mantenimiento y adecuación del patrimonio turístico, estrategia de mercadeo y explotación del producto turístico, capacitación. Impulso a proyectos productivos con asesoría empresarial y temas de competitividad, asistencia técnica y capacitación, organización (cadenas productivas, asociaciones, cooperativas), mercadeo (asesoría en el proceso productivo y acompañamiento en la búsqueda de nuevos mercados).
- ✓ Ampliación y mejoramiento de la infraestructura vial urbana y rural; y: Mantenimiento de vías, consolidación del Parque de la Piedra, fortalecimiento del desarrollo urbanístico.
- ✓ Provisión de tecnología.

- ✓ Créditos y recursos para proyectos productivos a través de bancos, cooperativas, etc.,
- ✓ Acuerdo social de empleo para que las obras sean ejecutadas con nuestro capital humano y apoyo de los vecinos del sector.

El Municipio cuenta con 31.3 Kms. de vías totalmente pavimentada, 23 Kms que lo comunica con San Gil, y 8.3 km que conduce al Centro Poblado de Guane. Se tienen 90.3 km de vías destapadas, que conducen a las diferentes veredas del Municipio.

El sistema vial del corredor turístico de Santander, cuenta con vías de comunicación municipal, vías peatonales, vías veredales y la malla vial del casco urbano en perfecto estado para su transitabilidad.

El Ministerio de Industria y Comercio, está llevando a cabo el “Plan Sectorial de Turismo 2014-2018”, el cual se enfoca en las regiones que ven en el turismo un factor de desarrollo cuyo objetivo es posicionar al país como un destino turístico sostenible y sustentable, representada en productos y servicios altamente competitivos. Avanzando en el fortalecimiento de la oferta turística de los departamentos, a través del desarrollo de productos competitivos y especializados. Promocionando experiencias turísticas únicas alrededor de la naturaleza, la aventura, la cultura, la gastronomía, la salud y el bienestar, el turismo náutico, y el cada vez más creciente segmento de congresos, eventos e incentivos.

Adicionalmente se creó la Red Turística de Pueblos Patrimonio en el cual se encuentra el Municipio de Barichara es una plataforma de gestión que busca potenciar el patrimonio cultural colombiano, para su valoración y proyección mediante el turismo y generar más oportunidades de desarrollo y sostenibilidad, es

impulsada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con el apoyo del Fondo Nacional del Turismo -FONTUR- y el Ministerio de Cultura.

Existen megaproyectos o sitios que impulsan el turismo de la región; como es el Parque Nacional Panachi, Acuaparque, los deportes extremos o de aventura que ofrece San Gil y la belleza que se destaca después de dos siglos, la armonía del municipio de Barichara lo que permitió que se llamara “El pueblito más lindo de Colombia” y ser reconocido como monumento nacional.

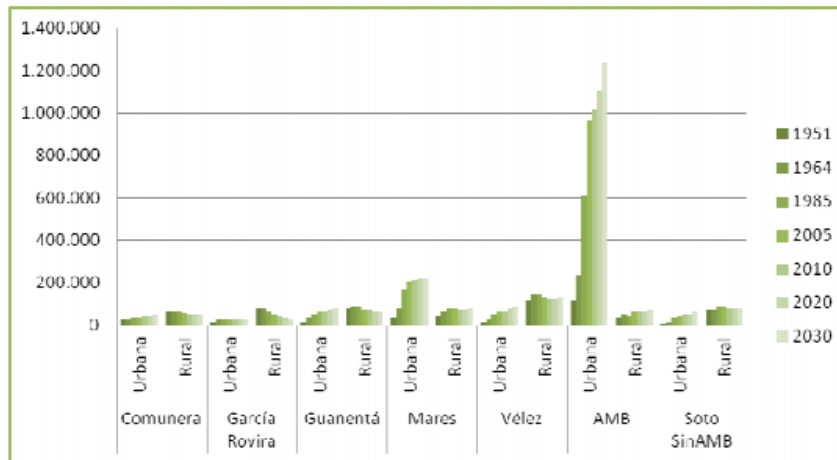
La pavimentación de la vía hasta el centro poblado de Guane, la ampliación de la oferta hotelera y gastronómica, han convertido a Barichara en uno de los principales destinos turísticos de Colombia.

2.6 DIMENSION SOCIAL Y DEMOGRAFICA

En el aspecto demográfico se puede resaltar que el departamento de Santander tiene una extensión territorial de 30.537 km², lo que representa el 2.7 % del territorio, está conformado por 87 municipios, organizados en ocho provincias que son: Comunera, García Rovira, Guanenta, Carare Opón, Mares, Vélez, Soto, AMB. El clima del departamento se ve afectado por la diversidad de altitud, la cual proporciona pisos térmicos y paisajes diferentes con temperaturas que oscilan entre 9° y 32° C.

Según el Dane la proyección para el 2014 es de 2.040.932 habitantes

Gráfica 2. Distribución de la población por área y provincia



Fuente: DANE. Cálculos Equipo Visión Prospectiva de Santander, 2019-2030

Fuente: DANE. Cálculos Equipos Visión Prospectiva de Santander

De igual manera, la provincia de Guantán tienen una relación de 1 a 1 entre población urbana y rural, con tasas del orden del 59% para el año 2005; no obstante se espera que a 2020 la población localizada en la zona urbana de la provincia de Guantán supere a la población rural, lo cual indica una tendencia al despoblamiento del campo; como se observa en la gráfica 2.

En 2013, el porcentaje de personas en situación de pobreza para el departamento de Santander fue 19,5%, mientras que en 2012 fue 20,8%, presentó una disminución de 1,3 puntos porcentuales.¹³

Por todo lo anterior podemos concluir que las condiciones políticas, económicas, culturales, sociales y legales son propicias para la puesta en marcha del negocio, teniendo en cuenta que el sector de los restaurantes y del turismo se ve beneficiado por las políticas gubernamentales que buscan su crecimiento constante.

¹³ DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA DANE [en línea]. https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/Santander_Pobreza_2013.pdf. 4 de marzo de 2015.

3. ESTUDIO DE MERCADOS

La población objetivo de este proyecto son turistas nacionales y extranjeros, comunidad local y regional de los municipios aledaños a la localización del proyecto, en gran proporción de San Gil, Barichara, Villanueva, entre otros, personas que buscan actividades de esparcimiento y poder disfrutar de la mejor comida en un ambiente campestre rodeado de naturaleza.

3.1 OFERTA NACIONAL

En Colombia existen diversidad de restaurantes campestres los cuales pueden ofrecer diferentes tipos de menús, que genera que la población nacional y extranjera que realiza turismo, tenga diferentes opciones en la búsqueda de alimentos.

En la actualidad no se cuentan con datos específicos de solo restaurantes, teniendo en cuenta que estos hacen parte del sector terciario de la economía: Servicios y según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme CIIU, pertenece al grupo de Hoteles y Restaurantes (H55); por tanto las estadísticas están enmarcadas y recopiladas; pero debido al gran crecimiento del sector gastronómico y que cada vez toman más fuerza como punto de encuentro social y de negocios, el DANE y la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica (Acodrés), se han unido para poder disponer de este tipo de información de manera separada en muy poco tiempo; lo cual será a futuro de gran ayuda para este tipo de estudios.

3.2 OFERTA DEPARTAMENTAL

Los competidores potenciales del Restaurante campestre con franquicia, se localizan en los municipios de Aratoca, San Gil, Villanueva principalmente:

Bucaramanga capital del departamento de Santander, está comunicada con las demás ciudades del país por carretera. Para el transporte aéreo, cuenta con el Aeropuerto Internacional Palonegro. Está rodeada por los municipios de Girón, Floridablanca y Piedecuesta con los cuales se conforma el Área Metropolitana de Bucaramanga. Dista 384 km de Bogotá, capital del país, conocida como la Ciudad de los Parques y la Ciudad bonita de Colombia. Hoy día, el área del municipio es de 165 km², distribuidos en quince comunas y tres corregimientos.

Aquí encontramos la siguiente oferta de restaurantes:

- ✓ Restaurante La Terraza Campestre.
- ✓ Restaurante la Niebla.
- ✓ Restaurante la Casona.
- ✓ Restaurante la Hacienda.
- ✓ Restaurante Palo e mango.
- ✓ Restaurante campestre Roca Fuerte.
- ✓ Restaurante La cuchara de Palo, entre otros.

3.2.1 Villanueva. Es un municipio situado sobre la cordillera oriental en la Provincia Guantánamo a tan solo 30 minutos de San Gil por carretera pavimentada demarcado por la belleza del paisaje y por los múltiples sitios y paraderos turísticos. Para desplazarse al municipio basta con tomar la vía que de San Gil conduce a Barichara y desviando en el sitio conocido como El Choro.

A pesar de su juventud, Villanueva es un municipio con un buen nivel comercial, industrial, agrícola y minero. El cual tiene como oferta los siguientes restaurantes de tipo campestre:

- ✓ Restaurante Bahía Chala.
- ✓ Restaurante Las Rocas, en el hotel de su mismo nombre.

3.2.2 San Gil. San Gil tiene una posición estratégica en el sistema de comunicaciones de Santander, lo que le ha permitido un notable desarrollo y una actividad económica destacada. Posee una actividad industrial aventajada y es eje del comercio y los transportes de esta zona está; rodeado por los ríos Fonce, Mogoticos y Monas, y de algunas quebradas, reconocida como la “Capital del Turismo del Departamento de Santander” y tierra de aventura en Colombia, es un epicentro de vacaciones en familia, planes turísticos, deportes extremos, actividades de aventura como Canotaje, Rafting, entre otros.

En este municipio la oferta es más extensa:

- ✓ Restaurante Hotel la cascada.
- ✓ Restaurante Los Lirios.
- ✓ Restaurante Hotel Posada Campestre.
- ✓ Restaurante Mamá Zoila del Hotel Ruitoque Campestre.
- ✓ Restaurante Hotel del Rio Campestre.
- ✓ Restaurante del Hotel Santa Catalina.
- ✓ Restaurante del Hotel san Marcos.
- ✓ Restaurante Mesón del Cuchicute.
- ✓ Restaurante Camino Real.

3.2.3 Aratoca. Se destaca por paisajes semidesérticos y erosionados, razón por la cual en su totalidad debe ser objeto de protección ambiental y el desarrollo de turismo contemplativo, el ecoturismo y el turismo de aventura. A 12 Km de este municipio encontramos a PANACHI, parque Nacional del Chicamocha y recientemente inaugurado Acuaparque (Parque Acuático) dedicados al ecoturismo. Dentro del parque encontramos los siguientes restaurantes reconocidos a nivel nacional:

- ✓ Restaurante Mercagan.
- ✓ Restaurante Menzuly.
- ✓ Restaurante Doña Petrona.
- ✓ Restaurante Chicamocha.
- ✓ Restaurante Café de la Hoja.

En el municipio encontramos el restaurante Ara y Toca del hotel de su mismo nombre.

3.3 OFERTA LOCAL

Barichara es un municipio ubicado en la provincia de Guantán. La población es reconocida por sus construcciones de finales del siglo XVIII; el sector antiguo de la población fue declarado patrimonio cultural del país mediante decreto 1654 de 1978, ubicado a 40 minutos de San Gil. Se dice que es uno de los más hermosos de Colombia con cuatro iglesias, caminos de piedra, casas coloniales pintadas de blanco y colores brillantes, viejos techos de teja y portones de madera.

Desafortunadamente, el Municipio no cuenta con una estadística para medir la cantidad y calidad de turistas que ingresan en las diferentes temporadas; pero de acuerdo a los atractivos se puede afirmar que es un turismo histórico cultural.

Los principales atractivos son:

El templo de la Inmaculada, La casona de la Alcaldía Municipal recientemente restaurada, la Casa de la Cultura, la casa de Aquileo Parra, La iglesia de Santa Bárbara, Parque de las Artes, El Caney Comunero, El centro poblado Guane; donde se encuentra el Museo Guane, y en general el conjunto armonioso de calles empedradas y fachadas impecablemente conservadas, el paisaje, la tranquilidad y la hospitalidad de los nativos.

Los atractivos y características anteriormente expuestas han permitido que muchos visitantes se queden en el pueblo. Hoy el 30% de sus residentes son foráneos y de ellos el 1% son extranjeros.

En Barichara no va a encontrar una gran variedad de restaurantes campestres y la mayoría no son económicos, entre los cuales se encuentran.

- ✓ El restaurante La Nube, en el hotel de su mismo nombre.
- ✓ Restaurante la Puerta.
- ✓ Restaurante Mandala.
- ✓ Restaurante Algarabia.

3.4 DEMANDA

Para el estudio de la demanda se va a tener en cuenta los indicadores de Turismo del Departamento de Santander consolidados al 2014, debido a que los Municipios no cuentan con estadísticas a nivel de turismo.

Gráfica 3. Pasajeros Aereos Internacionales.

PASAJEROS AEREOS INTERNACIONALES									
Según aeropuerto									
CIUDAD- AEROPUERTO	Llegadas de pasajeros					Participación (%)		Variación (%)	
	2012	2013	Enero - Octubre 2013	Enero - Octubre 2014	Octubre 2014	2013	Acumulado a Octubre 2014	2013/2012	Ene-Oct 2014/2013
BOGOTÁ - ELDORADO	2.551.406	2.946.138	2.420.072	2.704.766	299.509	67,5%	68,1%	15,5%	11,8%
RIONEGRO - JOSE M. CORDOVA	450.470	519.255	412.879	466.892	50.158	11,9%	11,7%	15,3%	13,1%
CALI - ALFONSO BONILLA ARAGON	330.859	362.580	288.057	321.253	30.059	8,3%	8,1%	9,6%	11,5%
CARTAGENA - RAFAEL NUÑEZ	174.916	197.324	159.023	178.410	15.837	4,5%	4,5%	12,8%	12,2%
BARRANQUILLA-E. CORTISSOZ	111.892	118.013	95.575	100.464	9.363	2,7%	2,5%	5,5%	5,1%
PEREIRA - MATECAÑAS	70.787	79.415	62.234	67.082	6.684	1,8%	1,7%	12,2%	7,8%
BUCARAMANGA - PALONEGRO	37.513	40.023	32.088	33.200	3.316	0,9%	0,8%	6,7%	3,5%
SAN ANDRES-GUSTAVO ROJAS PINILLA	34.089	28.869	24.359	40.418	3.839	0,7%	1,0%	-15,3%	65,9%
ARMENIA - EL EDEN	27.110	27.429	22.236	20.167	2.061	0,6%	0,5%	1,2%	-9,3%
CUCUTA - CAMILO DAZA	16.392	17.837	13.273	19.303	2.287	0,4%	0,5%	8,8%	45,4%
OTROS	30.364	30.432	24.829	21.670	1.723	0,7%	0,5%	0,2%	-12,7%
TOTAL	3.835.798	4.367.315	3.554.625	3.973.625	424.836	100%	100%	13,9%	11,8%

Fuente: DANE. Cuentas Nacionales

Gráfica 4. Pasajeros Aereos Nacionales

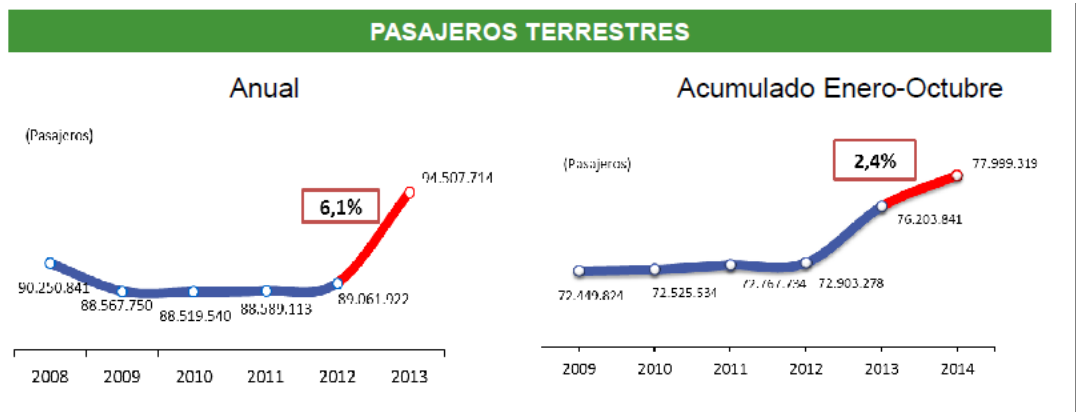
PASAJEROS AÉREOS NACIONALES									
Según aeropuerto									
Ciudad- Aeropuerto	Llegadas					Participación (%)		Variación (%)	
	2012	2013	Enero-Octubre 2013	Enero-Octubre 2014	Octubre 2014	2013	Enero-Octubre 2014	2013/2012	Enero-Octubre 2014/2013
BOGOTA - ELDORADO	6.003.612	6.867.200	5.731.393	6.123.733	699.278	36,3%	37,2%	14,4%	6,8%
RIONEGRO - JOSE M. CORDOVA	1.854.204	2.516.547	2.067.116	2.051.851	224.681	13,3%	12,4%	35,7%	-0,7%
CALI - ALFONSO BONILLA ARAGON	1.383.614	1.703.349	1.400.551	1.510.806	168.478	9,0%	9,2%	23,1%	7,9%
CARTAGENA - RAFAEL NUÑEZ	1.211.781	1.456.034	1.200.395	1.190.859	127.529	7,7%	7,2%	20,2%	-0,8%
BARRANQUILLA-E. CORTISSOZ	825.134	947.166	770.195	849.179	98.939	5,0%	5,2%	14,8%	10,3%
BUCARAMANGA - PALONEGRO	626.483	704.674	579.627	644.913	76.387	3,7%	3,9%	12,5%	11,3%
SANTA MARTA - SIMON BOLIVAR	492.702	621.065	512.765	480.293	55.778	3,3%	2,9%	26,1%	-6,3%
SAN ANDRES-GUSTAVO ROJAS PINILLA	431.320	526.042	423.971	440.455	47.018	2,8%	2,7%	22,0%	3,9%
PEREIRA - MATECAÑAS	398.156	490.364	402.359	470.743	53.650	2,6%	2,9%	23,2%	17,0%
MEDELLIN - OLAYA HERRERA	448.168	468.968	391.276	390.469	44.484	2,5%	2,4%	4,6%	-0,2%
OTROS	16.104.117	2.622.585	2.147.064	2.328.773	270.022	13,9%	14,1%	-83,7%	8,5%
TOTAL	16.104.117	18.923.994	15.626.712	16.482.074	1.866.244	100%	100%	17,5%	5,5%

Fuente: www.dane.gov.co

Durante los primeros diez meses de 2014 los aeropuertos de Pereira y Bucaramanga, registraron los mayores crecimientos anuales respecto al mismo periodo de 2013, con tasas de 17,0% y 11,3% respectivamente. La variación anual

total de pasajeros aéreos nacionales en 2013 se ubicó en 17,5% debido principalmente al aumento de llegada de pasajeros internacionales a los siguientes aeropuertos: Rionegro (35,7%), Santa Marta (26,1%) y San Andrés (22,0%).¹⁴

Gráfica 5. Pasajeros Terrestres



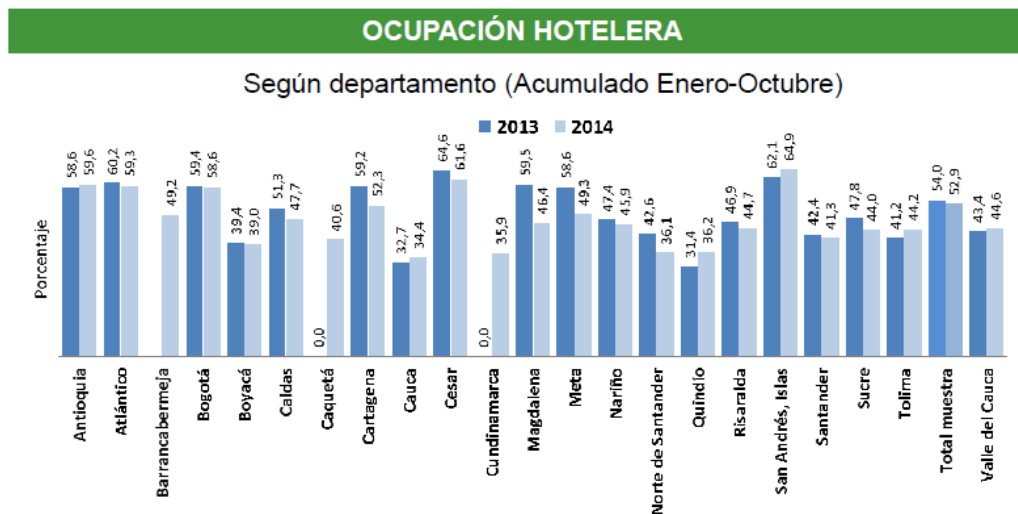
Fuente: DANE. Cuentas Nacionales.

- ✓ Según cifras preliminares durante los primeros diez meses de 2014 por 25 terminales transporte terrestre salieron 77.999.319 pasajeros lo que representó un aumento de 2,4%(1.795.478) viajeros con respecto al mismo período de 2013 (76.203.841).
- ✓ Para el cierre de 2013 el total de pasajeros de origen para las terminales reportadas ascendió a 96.364.981 con un crecimiento anual de 6,1% frente a 2012.
- ✓ Los principales motivos de viaje fueron los relacionados con vacaciones, recreo y ocio (65,8%), negocios y motivos profesionales (15,0%) y trabajo (8,1%).

¹⁴ MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Informe Turismo Octubre 2014- CITUR [en línea]. <http://www.citur.gov.co/>. 2 de febrero de 2015.

- ✓ En los primeros diez meses de 2014 los departamentos con mayor flujo de tráfico de vehículos fueron: Antioquia, con el 17,5% del total, Tolima 12,3% y Cundinamarca 11,4%.
- ✓ Para 2013 Cundinamarca fue el departamento más importante en cuanto a su participación porcentual en el total de vehículos que transitan por los peajes colombianos con el 17,6%, seguido por Santander con 16,5% y Antioquia 14,1%.

Gráfica 6. Ocupación Hotelera



Fuente: DANE. Cuenta Nacionales.

En los últimos doce meses hasta noviembre de 2014, los ingresos reales de los hoteles aumentaron 4,6% y el personal ocupado 3,9%, con relación al año precedente. Lo que permite evidenciar una dinámica positiva en el sector.

3.4.1 Población Municipios. Actualmente la población de los municipios aledaños a la ubicación del restaurante franquiciado es la siguiente según datos

de la población proyectada a 2014 por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE:

Tabla 2. Población de Municipios

MUNICIPIOS	POBLACION CENSO 2005	PROYECCION PARA EL AÑO 2014
BARICHARA	7.651	7.261
SAN GIL	43.519	45.285
VILLANUEVA	6.978	5.973
TOTAL		58.519

La importancia de la actividad económica de San Gil, hace que los municipios de la Provincia de Guanentá y parte de la Comunera, hagan sus transacciones comerciales y financieras en esta ciudad. Con razón se afirma, que San Gil, por su área de influencia tiene una población flotante de más de 7.000 habitantes diarios.

Lo anterior, es causa de que en San Gil, la rama de la actividad económica predominante sea el comercio, ya que cuenta con 1914 empresas registradas en la cámara de comercio, de las cuales 7 pertenecen al sector primario, 155 al sector secundario (industrial) y 1719 al sector terciario (comercio); es de recalcar que de las 1914 empresas totales, 1881 están activas y 33 inactivas.

3.4.2 Visitantes del Parque Nacional de Chicamocha. Esta inversión demuestra que la región ha logrado convertirse en un referente de turismo nacional, pues como afirma el exdirector de la corporación Parque Nacional del Chicamocha, Carlos Fernando Sánchez, “somos un departamento que encontró una ruta que le va a dar oportunidades a mucha gente, no solamente de trabajo, sino la posibilidad de darle a sus familias una mejor calidad de vida”.

Cuando llegamos con el proyecto pedimos algunos datos estadísticos y nos hablaban que a Santander llegaban 37.000 turistas al año. Hoy al parque le llegan **680.000** turistas”, manifiesta Sánchez.¹⁵

Teniendo en cuenta que está recién inaugurado Acuparque Nacional del Chicamocha y se encuentra en ejecución el proyecto Ecoparque Cerro del Santísimo, proyectos que aumentaran el número de visitantes en los próximos años.

3.5 PRODUCTO / SERVICIO

En el restaurante (Franquicia) se van a ofrecer diferentes servicios los cuales se clasifican en: gastronomía, zona de estacionamiento, zona de esparcimiento, juegos infantiles y domicilios, a continuación se define los elementos asociados a cada uno de las divisiones:

✓ Gastronomía: en este servicio se ofrecerán los siguientes productos:

¹⁵ LA REPUBLICA [en línea] .http://www.larepublica.co/corporaci%C3%B3n-panachi-ha-invertido-25000-millones_186861. 19 de Enero de 2015.

Tabla 3. Productos Ofrecidos

LINEA	PRODUCTO / SERVICIO
POLLOS	<ul style="list-style-type: none"> ○ Familiar ○ Maxi familiar ○ Medio Pollo ○ Lunch ○ Suprema de pollo
PASTAS	<ul style="list-style-type: none"> ○ Spaguetti en Salsa Marvilla ○ Maxi Spaguetti ○ Spaguetti bolognesa ○ Lasagna mixta ○ Maxi lasagna ○ Ravioli
TIPICOS	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ajiaco con Pollo ○ Frijol con Chili ○ Mute Santandereano ○ Arepa Santandereana ○ Maduro con bocadillo y queso
COMBOS	<ul style="list-style-type: none"> ○ Mixto ○ Bolognesa ○ Clásico ○ Paisa ○ Arriero ○ Alitas picantes ○ MarviEspecial ○ Marvilla ○ Filete
PESCADOS	<ul style="list-style-type: none"> ○ Robalo a la Plancha ○ Mojarra
CARNES	<ul style="list-style-type: none"> ○ Carne asada ○ Carne oreada ○ Sobrebarriga asada ○ Combinado
BEBIDAS	<ul style="list-style-type: none"> ○ Limonada ○ Naranjada ○ Mandarinada ○ Jugos naturales ○ Granizados ○ Smoothies ○ Gaseosas

Fuente: Restaurante Marvilla

- ✓ Zona de estacionamiento
 - Amplia zonas de parqueaderos los cuales le ofrecerán un espacio confortable y seguro, para la ubicación de los vehículos de nuestros clientes.

- ✓ Juegos infantiles:
 - En esta zona nuestros clientes podrán disfrutar con sus niños un espacio confortable donde encontraran diferentes atracciones que los harán disfrutar de un hermoso día. Algunos de los juegos infantiles son:
 - ✓ Resbaladeros
 - ✓ Columpios
 - ✓ El sube y baja
 - ✓ La rueda, entre otros.

- ✓ Zona de esparcimiento
 - La ubicación del restaurante se encuentra en el corredor vial entre San Gil y Barichara, permitirá que los clientes puedan disfrutar de verdes praderas donde se ubicarán diferentes sillas, que permitan disfrutar de la naturaleza, acompañado de una bebida o un postre de la casa.

- ✓ Domicilios.
 - Para los clientes de la zona aledaña se les ofrecerá el servicio a domicilio, para facilitarles nuestros productos, si el desplazamiento al restaurante le es imposible.

El restaurante tendrá como finalidad entrar a competir y consolidarse entre los diferentes prestadores del servicio, donde las instalaciones van a ser amplias y los productos ofrecidos con la mejor calidad.

3.6 PRECIO

Teniendo en cuenta los precios estipulados por el restaurante franquiciado los productos a ofrecer serán los siguientes:

Tabla 4. Precios de los productos ofrecidos.

Servicio / Producto	Precio
Gastronomía	Desde \$8.000 hasta \$50.000
Bebidas sin alcohol	Desde 3000 hasta 5000
Bebidas con alcohol	Desde \$3000 hasta \$200.000
Domicilio	Desde \$2000 hasta \$3000
Postres	Desde \$3500 hasta \$6000
Zona de estacionamiento	Sin costo
Zona de juegos	Sin costo
Zona de esparcimiento	Sin costo lo referente al sitio, las bebidas y alimentos a consumir mantienen sus precios definidos.

3.7 PLAZA

La ubicación escogida para el montaje del restaurante (franquiciado) es en un sitio estratégico, ya que va estar en medio de dos poblaciones como San Gil y Barichara, los cuales son sitios muy visitados por los turistas y acogidos por la población aledaña.

3.8 PROMOCIÓN

Para realizar el mercadeo del restaurante (franquiciado); se debe tener en cuenta el manejo promocional que establece el franquiciador quien se ocupa de todas las acciones publicitarias de la cadena y destina el canon mensual de publicidad a acciones de publicidad institucional que potencien su imagen corporativa y la presencia en el mercado.

El objetivo es conseguir una imagen de marca consolidada, ya que la publicidad centralizada permitirá difundir la marca y la enseña con los valores que se quieren transmitir en los diferentes medios de comunicación como:

- ✓ Prensa escrita
- ✓ Vallas publicitarias
- ✓ Página web
- ✓ Agencias de viajes; etc.

En el momento la cadena de restaurantes cuenta con las siguientes promociones:

Gráfica 7. Promociones Franquicia combo.



Fuente: Restaurante Marvillla

Gráfica 8. Promociones Franquicia 3x3.



Fuente: Restaurante Marvilla

Gráfica 9. Promociones Franquicia Adicional



Fuente: Restaurante Marvilla

3.8.1 Descripción de la Marca. MARVILLA S.A. es una cadena de restaurantes santandereana con más de 45 años de experiencia en el sector de alimentos. “Durante este tiempo de labores hemos acreditados los más elevados estándares en los procesos productivos, de servicio al cliente, de manipulación de alimentos y de comercialización”.¹⁶

LOGOTIPO

Gráfica 10. Logotipo Franquicia



Fuente: Restaurante Marvlla

CONCLUSION

Teniendo como referente el aumento en el flujo de turistas que visitan el departamento de Santander; gracias a la infinidad de atractivos como son: el parque Nacional del Chicamocha, el recién inaugurado Acuaparque; el posicionamiento del Municipio de San Gil como centro de deportes extremos, la belleza del Municipio de Barichara declarado Monumento Nacional y el crecimiento de la población; se puede determinar que en promedio 390.000 personas transitan por el corredor vial San Gil – Barichara.

Gracias al posicionamiento de la marca que se tendrá con la obtención de la franquicia posiblemente el 1% de esta población ingrese al restaurante.

¹⁶ MARVILLA [en línea].<http://www.marvilla.com.co>. 2014.

4. NORMAS SANITARIAS PARA EL MANEJO DE ALIMENTOS EN LOS RESTAURANTES, BASADOS EN EL PROCEDIMIENTO DE APLICACIÓN DEL SISTEMA HACCP

Ante el proceso de globalización actual, la industria alimenticia se encuentra condicionada a modificar su actitud hacia el mercado, y es allí donde surge la calidad como un elemento de distinción de los productos; la calidad de este tipo de productos está determinada por el cumplimiento de los requisitos legales y comerciales, la satisfacción del consumidor y la producción en un ciclo de mejora continua.

El sistema HACCP es una valiosa herramienta para asegurar la inocuidad, higiene y trazabilidad de los productos alimenticios, luego de someterse a las mayores exigencias técnicas, a controles permanentes y a continuas pruebas de eficiencia.

Las siglas del HACCP significan Hazard Analysis Critical Control Points, en español se utiliza la sigla APPCC que significa Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control.

Su aplicación en cualquier proceso de alimentos, redunde en una notable disminución de los problemas causados al consumidor por las enfermedades de transmisión alimentaria (ETA) o por los factores físicos o químicos que pudieran poner en peligro su salud, además de una reducción de las pérdidas económicas para beneficio de las empresas. Estos beneficios solo se logran si la dirección de la empresa, y el personal competente, se comprometen a participar plenamente en el desarrollo del plan a seguir involucrando la aplicación del HACCP, siendo ya

una exigencia del mercado mundial y que los productos deben brindarle una confianza sanitaria al cliente.¹⁷

La aplicación del sistema de HACCP es compatible con la aplicación de sistemas de gestión de calidad, como la serie ISO 9000.

Hay 3 maneras de contaminar los alimentos: Contaminación biológica (por microorganismos como bacterias y hongos), contaminación química (por sustancias químicas como detergentes y pesticidas) y contaminación física (por elementos ajenos al alimento, como pelos, trozos de metal, etc.)

En palabras sencillas, este sistema cuando es aplicado asegura una inocuidad alimentaria, o sea que será comestible y seguro. Algo importante es que este sistema le da un valor agregado muy alto cuando se establece en algún negocio gastronómico, ya que asegura calidad y tendrá más confianza entre sus consumidores.

4.1 PRINCIPIOS DEL SISTEMA DE HACCP

El Sistema de HACCP consiste en siete principios básicos que son:

- ✓ Realizar un análisis de peligros: es analizar los procesos y ver en cual o durante cual existe un posible peligro de contaminación.
- ✓ Determinar los puntos críticos de control (PCC): las instancias o situaciones donde el peligro es mayor, en los cuales debe haber control.
- ✓ Establecer un límite o límites críticos: se establecen parámetros de medición como temperatura o un simple análisis sensorial (gusto, aroma, tacto) que permitirán tomar una decisión.

¹⁷ ADMINISTRACIÓN DE LAS OPERACIONES [en línea].
http://nulan.mdp.edu.ar/1616/1/11_normas_haccp.pdf.

- ✓ Establecer un sistema de vigilancia del control de los PCC: la idea es que todo proceso para evitar contaminación y mantener inocuidad debe ser constantemente vigilados por personal calificado.
- ✓ Establecer las medidas correctivas que han de adoptarse cuando la vigilancia indica que un determinado PCC no está controlado: es la simple decisión que se toma para aprobar o desaprobar algún producto.
- ✓ Establecer procedimientos de comprobación para confirmar que el Sistema de HACCP funciona eficazmente: es una manera de asegurar por parte de externos que los resultados y los procesos alimenticios sean higiénicos e inocuos.
- ✓ Establecer un sistema de documentación sobre todos los procedimientos y los registros apropiados para estos principios y su aplicación: Se llevará por escrito cada acción, control y decisión de límites críticos lo que permitirá un orden en los procesos administrativos para garantizar una constante mejora en cada uno de las producciones y supervisiones.

4.2 IMPLEMENTACION DE HACCP EN EL RESTAURANTE.

Pasos a tener en cuenta en su ejecución:

1. Formar al equipo de trabajo: personal calificado y profesional
2. Describir todos los productos: tener claro que se produce y como se produce
3. Identificar el uso esperado del producto: quien queremos que lo consuma, y alertar de sus posibles peligros
4. Desarrollar diagrama de flujo y descripción de los procesos: dibujar una secuencia lógica de cómo se produce el producto
5. Realizar detalladamente cada uno de los 7 principios del HACCP¹⁸

¹⁸ IM CHEF [en línea]. <http://www.imchef.org/haccp-una-manera-sencilla-de-entender-este-sistema/>. 2015.

5. ESTUDIO TECNICO

5.1 MACROLOCALIZACIÓN

El restaurante estará ubicado en el Departamento de Santander, provincia Guanentina, específicamente en el municipio de Barichara.

Gráfica 11. Mapa de Ubicación Departamento de Santander



Fuente: Google Maps

Factores relevantes de su ubicación:

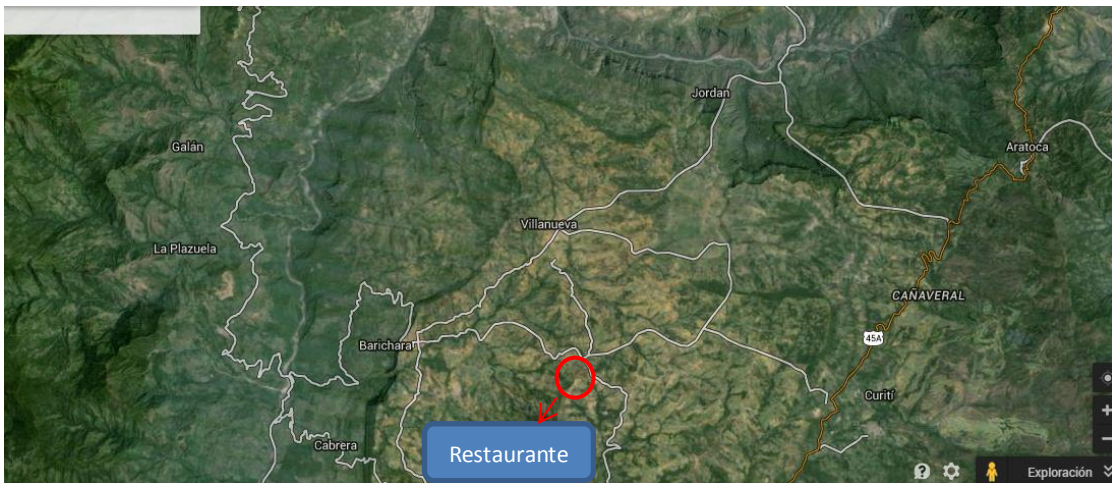
- ✓ "Barichara, Monumento Nacional", "El Pueblito más lindo de Colombia".
- ✓ Está ubicado a 24 Kilómetros de San Gil, 9 kilómetros de Guane, 118 Kilómetros de Bucaramanga capital del departamento y 445 Kilómetros de la capital de la república (Bogotá).
- ✓ Clima: se caracteriza por presentar temperaturas que oscilan entre los 19°C y los 28°C, clima cálido y templado.
- ✓ Mejoramiento de sistemas de transporte y de sistemas de información.
- ✓ Vías de Comunicación: fácil acceso a los medios de transporte para llegar a la ubicación del restaurante.

5.2 MICROLOCALIZACION

Se localiza a 2 Kilómetros del municipio de Barichara por la vía que conduce a San Gil; carretera totalmente asfaltada.

- ✓ El área del predio es de una (1) Hectárea.
- ✓ Facilidad de acceso al predio escogido.
- ✓ Los usos del suelo del predio, según el Plan de Ordenamiento Territorial del municipio de Barichara son aptos para el desarrollo del proyecto.
- ✓ Accesibilidad a servicios públicos

Gráfica 12. Mapa de Ubicación del proyecto



Fuente: Google Maps.

Ruta que conduce al Restaurante:

Grafica 13. Ruta de llegada al proyecto



Fuente: Google Maps

5.3 TECNOLOGIA

Para garantizar la eficiencia en el servicio a los clientes se contará con logística tecnológica que facilite la atención prestada como son: equipos de cómputo, wifi, impresoras, línea telefónica, fax, y sistemas de pago con tarjeta débito y crédito.

5.4 OBRAS FISICAS

Se llevará a cabo la construcción de las instalaciones para el restaurante teniendo en cuenta especificaciones propias de la franquicia.

Fase de Estudio y Diseños

- ✓ Estudio de Suelos: permite dar a conocer las características físicas y mecánicas del suelo, así como el tipo de cimentación más acorde con la obra a construir y los asentamientos de la estructura en relación al peso que va a soportar, es clave para determinar si el terreno es apto para llevar a cabo la construcción del proyecto.
- ✓ Estudio Topográfico: Permite conocer la geometría del terreno para determinar su localización, superficie, límites y altitud de los diferentes puntos; para posteriormente disponer de información precisa que permita realizar el proyecto constructivo.
- ✓ Diseño Estructural: Tiene como objeto calcular la estructura en general de la construcción; teniendo en cuenta el código sismo resistente.

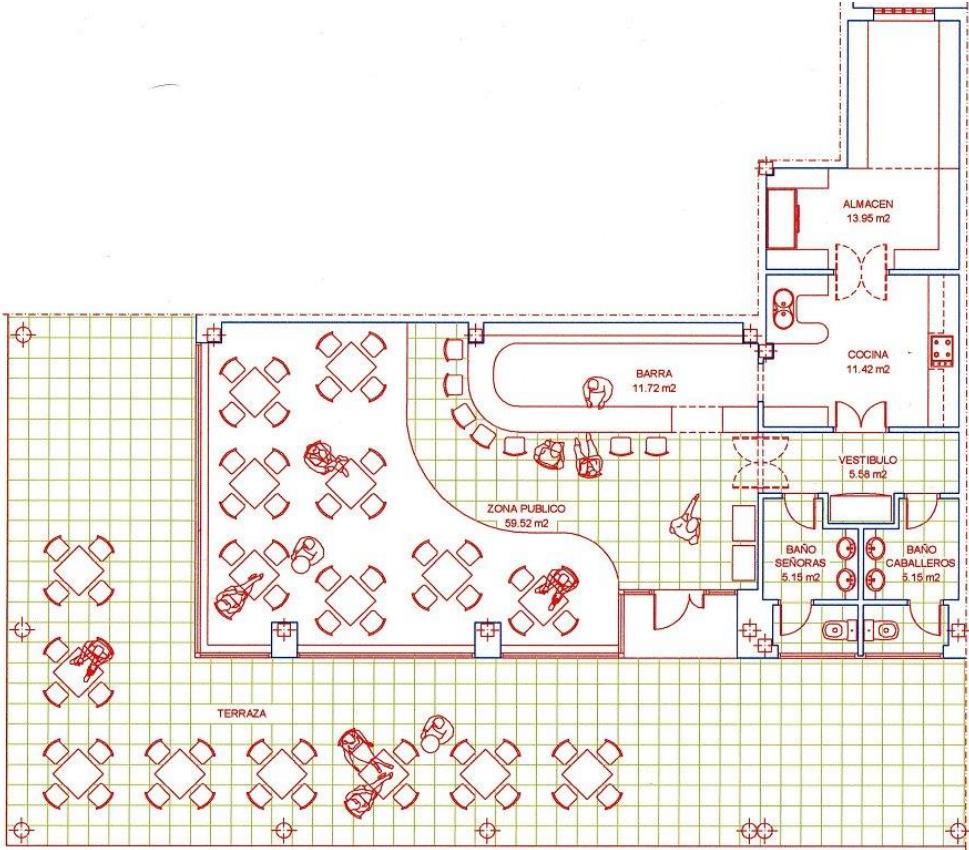
- ✓ Diseño Arquitectónico: Busca satisfacer las necesidades de espacios requeridos en el proyecto, tanto en lo estético como en lo tecnológico; siguiendo pautas de creatividad.
- ✓ Diseño Hidráulico: Aquí se determinan los componentes, dimensiones de red, funcionamiento y distribución del suministro de agua para el proyecto.
- ✓ Diseño Eléctrico: permite diseñar la estructura que maneja la cantidad y distribución de energía eléctrica que dará cubrimiento al proyecto.
- ✓ Licencia de Construcción: Es la autorización de la autoridad competente, en este caso la Secretaria de Planeación Municipal de Barichara previo cumplimiento de requisitos; que permita la realización del proyecto de construcción.

Fase de Construcción: Se ejecutará la obra con una firma contratista con experiencia en el área y que cumpla con los requerimientos establecidos.

- ✓ Una planta que cuente con: Área de cocina, Área de comedor, baños, Área de servicio (Barra, cajas); Área de bodega.
- ✓ Instalaciones eléctricas, hidráulicas y sanitarias
- ✓ Jardines, zonas verdes y juegos infantiles
- ✓ Vías de acceso
- ✓ Parqueaderos

A continuación se presenta el plano del restaurante:

Gráfica 14. Plano y distribución de áreas.



Fase de Operación:

Para la operación del restaurante franquiciado se requiere de lo siguiente:

Mano de obra en operación:

Tabla 5. Requerimiento Mano de obra en operación.

CANTIDAD	DESCRIPCION	SALARIO MENSUAL	TOTAL
1	Administrador	1.800.000	1.800.000
1	Jefe de Cocina	1.800.000	1.800.000
3	Auxiliares de Cocina	718.350	2.155.050
3	Meseros	718.350	2.155.050
1	Cajero	718.350	718.350
1	Contador	700.000	700.000 Honorarios
1	Servicios Varios	718.350	718.350

Maquinaria y equipo: (Requerimientos)

- ✓ Estufa industrial
- ✓ Mesón en acero inoxidable
- ✓ Refrigeradores industriales
- ✓ Campana extractora
- ✓ Licuadora
- ✓ Bascula electrónica
- ✓ Extractor de jugos
- ✓ Lavadora de vajillas
- ✓ Lavaplatos
- ✓ Olla a presión
- ✓ Juego de vajillas y utensilios
- ✓ Cristalería
- ✓ Cubiertos

- ✓ Condimentadores
- ✓ Tablas para picar
- ✓ Recipientes para almacenar alimentos en refrigeradores
- ✓ Parrillas para asar
- ✓ Set de cuchillos
- ✓ Tazas medidoras
- ✓ Sartenes

Muebles y enseres:

Estos son los muebles requeridos para el funcionamiento del restaurante:

- ✓ Mesas
- ✓ Sillas
- ✓ Televisores
- ✓ Sonido
- ✓ Computadores
- ✓ Cajas Registradoras
- ✓ Estantes
- ✓ Juegos infantiles
- ✓ Elementos decorativos
- ✓ Escritorio Modular
- ✓ Silla de Escritorio
- ✓ Teléfono

5.5. PROCESOS

Teniendo en cuenta que es una franquicia, se debe recalcar que los procesos de producción están totalmente estandarizados; regidos por normas de la más alta calidad; a continuación se detalla cada uno de los procesos haciendo una

descripción de cada una de las actividades necesarias para la operación y prestación del servicio en el restaurante:

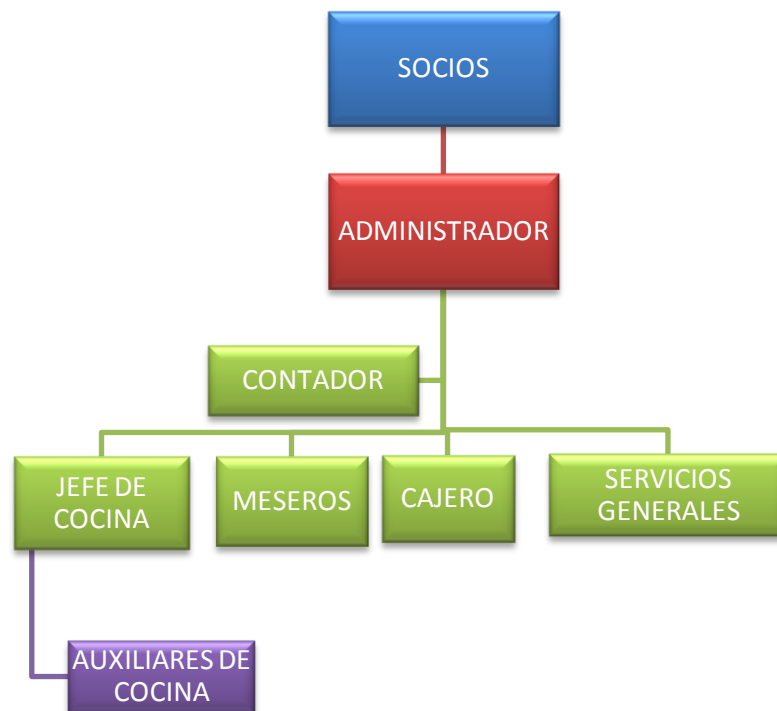
Gráfica 15. Mapa de procesos



5.5.1 Proceso Gerencial. Son de naturaleza estratégico y no operativo, por tanto se determina la estructura organizacional enfocada en dar cumplimiento a la misión, visión y objetivos de la compañía, definiendo funciones en cada una de las áreas.

5.5.1.1 Estructura Organizacional. El gráfico 15 muestra como es la estructura interna de la empresa:

Gráfica 16. Organigrama del restaurante



El recurso humano es de vital importancia para el óptimo funcionamiento del restaurante; motivo por el cual para el reclutamiento del personal se debe tener en cuenta que sea personal capacitado, idóneo, sensibilizado en temas como servicio al cliente, buenas prácticas de manufactura, almacenamiento entre otras; para lo cual se crea un manual de funciones para cada uno de los cargos, detallando cada una de las actividades correspondientes, objetivos del cargo etc.

JUNTA DE SOCIOS:

- ✓ Adoptar los estatutos de la sociedad y cualquier reforma que a ellos se introduzca.
- ✓ Examinar, aprobar, improbar las cuentas y balances de fin de ejercicio.

- ✓ Decidir sobre la capitalización o distribución de utilidades de acuerdo con las leyes que rijan para este tipo de empresas.
- ✓ Constituir las reservas o fondos e incrementar los que estime conveniente, de acuerdo con las normas legales sobre la materia, y disponer sobre su destinación o inversión según el caso.
- ✓ Decretar aumentos de capital.
- ✓ Aprobar o improbar las cuentas finales de la liquidación de la sociedad si hubiere necesidad.
- ✓ Las demás que le correspondan como supremo organismo directivo de la sociedad.

ADMINISTRADOR:

- ✓ Integrar, establecer y coordinar el trabajo del personal.
- ✓ Optimizar el rendimiento, incentivando y motivando el equipo de trabajo.
- ✓ Conocer a profundidad las disposiciones legales, en materia de sanidad e higiene.
- ✓ Supervisar la administración de recursos humanos, financieros y comerciales.
- ✓ Responsable de toma de decisiones, establecer políticas y estrategias que afecten a toda la organización.
- ✓ Optimizar las ventas de acuerdo con la demanda proyectada.
- ✓ Dirigir estrategias de comercialización y publicidad para alcanzar las metas propuestas dentro del mercado.
- ✓ Controlar las actividades de las áreas operativas y administrativas.
- ✓ Velar por el cumplimiento de políticas y reglamentos de la empresa.

CONTADOR:

- ✓ Elaborar estados financieros en fechas requeridas con información oportuna y verídica.

- ✓ Examinar el valor de los inventarios de mercadería y efectuar ajustes respectivos.
- ✓ Revisar reportes de ventas diarias y semanales comparativas con periodos anteriores.
- ✓ Participar en las sesiones del comité de gastos de la empresa.
- ✓ Coordinar la elaboración del presupuesto general y dar seguimiento al mismo.
- ✓ Elaborar y pagar la nómina a los empleados de acuerdo con las políticas de la empresa.
- ✓ Participar en reuniones de Gerencia Financiera, para el análisis de información.
- ✓ Realizar informes contables mensuales que permitan conocer el estado actual de la empresa.

JEFE DE COCINA:

- ✓ Realizar de manera cualificada, funciones de planificación, organización y control de todas las tareas propias del departamento de cocina y repostería.
- ✓ Organizar, dirigir y coordinar el trabajo del personal a su cargo.
- ✓ Dirigir y planificar el conjunto de actividades de su Área.
- ✓ Realizar inventarios y controles de materiales, mercancías, etc., de uso en el Departamento de su responsabilidad.
- ✓ Diseñar platos y participar en su elaboración.
- ✓ Realizar propuestas de pedidos de mercancías y materias primas y gestionará su conservación, almacenamiento y rendimiento.
- ✓ Supervisar y controlar el mantenimiento y uso de maquinaria, materiales y utillaje, etc., realizando los correspondientes inventarios y propuestas de reposición.

AUXILIARES DE COCINA:

- ✓ Disponer adecuadamente las herramientas, utensilios y materiales de trabajo
- ✓ organizar cavas, neveras y armarios; lavar, pelar, tornear y cortar legumbres, hortalizas, y pescados.
- ✓ Preparar fondos, ensaladas, salsas y participar en los inventarios.
- ✓ Colaborar con el cocinero apoyándolo en la preparación de diversos platillos.
- ✓ Lavar, descongelar, desinfectar, picar, cocer, filetear y/o pesar los diversos ingredientes que se utilizan en la preparación de alimentos y bebidas.
- ✓ Limpiar y ordenar su puesto de trabajo y colaborar en el arreglo general de la cocina.

MESEROS:

- ✓ Conocer el uso correcto de la terminología usada en alimentos y bebidas.
- ✓ Conoce el uso del material y equipo de trabajo.
- ✓ Limpiar mesas, estaciones de servicio, ceniceros, candeleros, menús, lámparas, etc.
- ✓ Ser responsable del correcto montaje de las mesas.
- ✓ Conocer el correcto manejo de la loza y la cristalería para evitar roturas.
- ✓ Es responsable de tener surtidas las estaciones de servicio con todo lo necesario: Sal, azúcar, salsas, cubiertos, etc.
- ✓ Ayudar en el acomodo de los clientes en las mesas.
- ✓ Presentarse al cliente con amabilidad y cortesía.
- ✓ Conocer perfectamente los platillos del menú, así como el tiempo de elaboración y los ingredientes con que están preparados.
- ✓ Sugerir al cliente aperitivos, cócteles y bebidas después de la cena.
- ✓ Sugerir alguna ensalada o algunas de las especialidades de la casa.
- ✓ Conocer y aplicar el sistema para escribir las órdenes, tomar los pedidos.

CAJERO:

- ✓ Mantener su zona de trabajo limpia y ordenada en todo momento, sobre todo a la hora de su relevo.
- ✓ Antes de abrir su caja, asegurarse que el Administrador o Asistente de Administración le otorgue el dinero completo para su caja.
- ✓ Hacer conocer a los clientes las especialidades del restaurante y las promociones.
- ✓ Verificar el abastecimiento del rollo de contómetros y otros útiles que le sean necesarios, esto con el fin de tener el repuesto a la mano para no hacer esperar al cliente.
- ✓ Procesar los pagos con las tarjetas de débito/crédito apropiadamente.
- ✓ Mantener informado a su jefe inmediato y/o Gerencia sobre los acontecimientos relevantes que sucedan en su área de trabajo.
- ✓ Al momento de finalizar su turno, el dinero recaudado deberá ser el mismo que figure en el reporte.

SERVICIOS GENERALES:

- ✓ Limpieza y mantenimiento del restaurante
- ✓ Limpieza y mantenimiento constante del área de servicios sanitarios.
- ✓ Limpieza en general de todas las áreas de la empresa.
- ✓ Reportar sobre el manejo de herramientas, su deterioro y nuevos requerimientos propios de su cargo.

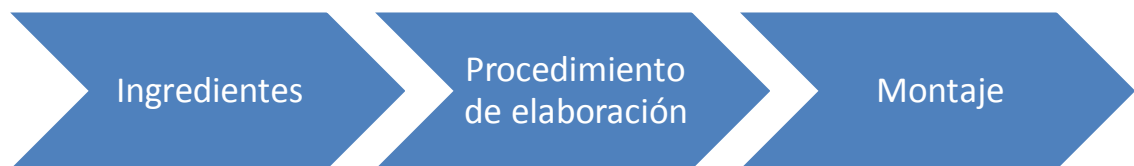
DOTACION

El restaurante hará entrega de dotación; a cada uno de los empleados de acuerdo a las funciones que desempeñe, tres veces al año y será de uso obligatorio en el horario establecido y dentro de las instalaciones del negocio; lo cual brindará una imagen impecable a las personas que visitan el establecimiento guardando el buen nombre de la franquicia.

5.5.2 Procesos Misionales

5.5.2.1 Elaboración de Alimentos. Para la elaboración de los alimentos se llevará a cabo el siguiente procedimiento:

Gráfico 17. Proceso de elaboración de alimentos



1. Ingredientes
2. Procedimiento de elaboración
3. Montaje

1. Ingredientes

De acuerdo a las recetas establecidas por la franquicia, se procede a escoger los ingredientes establecidos para la elaboración de cada uno de los platos.

2. Procedimiento de elaboración

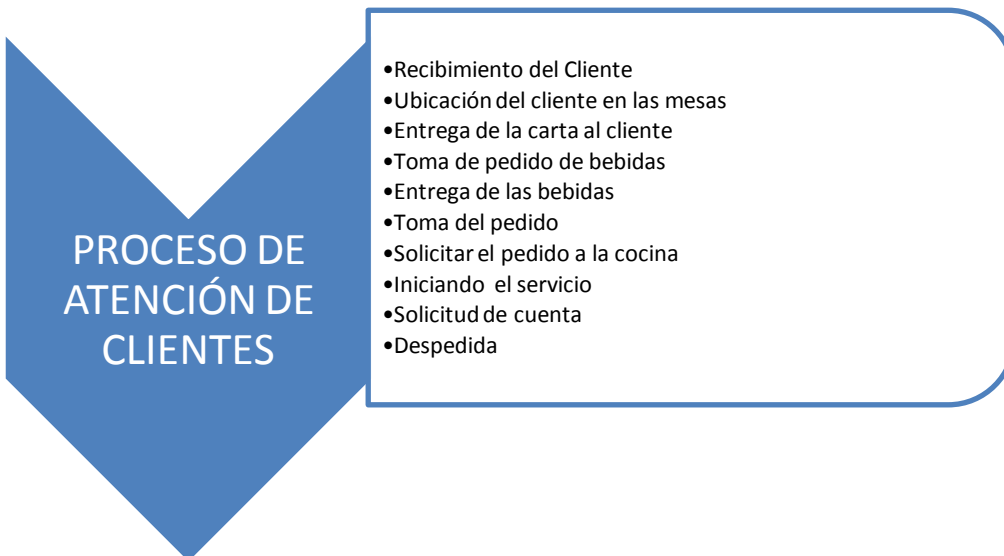
Manuales donde se especifica cómo se deben elaborar cada uno de los platos que ofrece el restaurante de acuerdo con los lineamientos de la franquicia.

3. Montaje

Después de la elaboración se procede a servir el menú escogido por los clientes.

5.5.2.2 Proceso De Atención De Clientes

Gráfica 18. Proceso de atención de clientes



La atención de los clientes se llevará bajo los siguientes lineamientos:

1. Recibimiento del Cliente
2. Ubicación del cliente en las mesas
3. Entrega de la carta al cliente

4. Toma de pedido de bebidas
5. Entrega de las bebidas
6. Toma del pedido
7. Solicitar el pedido a la cocina
8. Iniciando el servicio
9. Solicitud de cuenta
10. Despedida del cliente

1. Recibiendo del cliente: Se recibirá a los clientes en la entrada del restaurante con un saludo de bienvenida y se le ubicará en una de las mesas del restaurante, si no hay disponibilidad se le informa que en cuanto sea posible le tendremos una mesa lista.
2. Ubicación del cliente en las mesas: a cada uno de los clientes se ubicará en las mesas del restaurante de acuerdo a su disponibilidad y agrado de los clientes.
3. Entrega de la carta al cliente: presentar el menú a los clientes y dar un espacio para la elección del menú.
4. Toma de pedido de bebidas: tomar el pedido de los clientes de las bebidas con las que desean acompañar el menú escogido.
5. Entrega de las bebidas: llevar a la mesa las bebidas y ofrecer ayuda al cliente por si tienen alguna duda con el menú
6. Toma del pedido: registrar el pedido del cliente en el orden correspondiente, preguntar si desean algo más y repetir el pedido para asegurarse de que todo está bien.
7. Solicitar el pedido a la cocina: el mesero se dirige directamente a la cocina y entrega a los auxiliares de pedidos la orden de los clientes.
8. Iniciando el servicio:
 - ✓ Revisar el pedido antes de llevarlo a la mesa.
 - ✓ Si hay niños llevar estos menús primero.
 - ✓ Recordar el nombre de los platos en el momento que se estén sirviendo a los clientes.

- ✓ Cuando todos los platos estén servidos, se debe de preguntar al cliente: ¿hay algo más que pueda traerles o servirles?

9. Solicitud de cuenta

En el momento que el cliente solicite la cuenta, se debe:

- ✓ Repasar la cuenta antes de entregarla y verificar que esta todo correcto.
- ✓ Preguntarle al cliente si desea algo más.
- ✓ Retirar los platos.

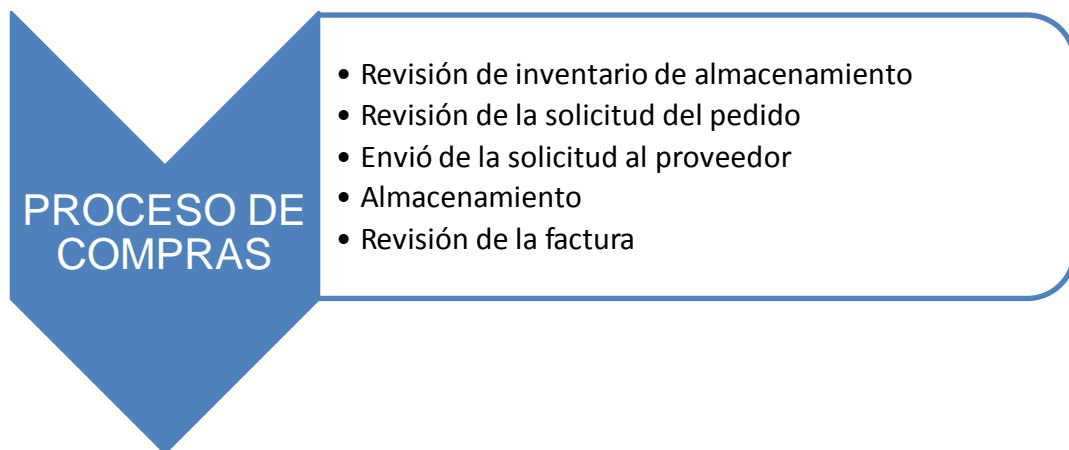
10. Despedida del cliente

Despedirnos del cliente, agradeciéndole su visita

5.5.3 Procesos de Apoyo

5.5.3.1 Proceso de Compras. Teniendo en cuenta que la franquicia maneja su propia planta de producción los productos son solicitados allí, enviando la solicitud previamente; se realiza el siguiente proceso:

Gráfica 19. Proceso de Compras

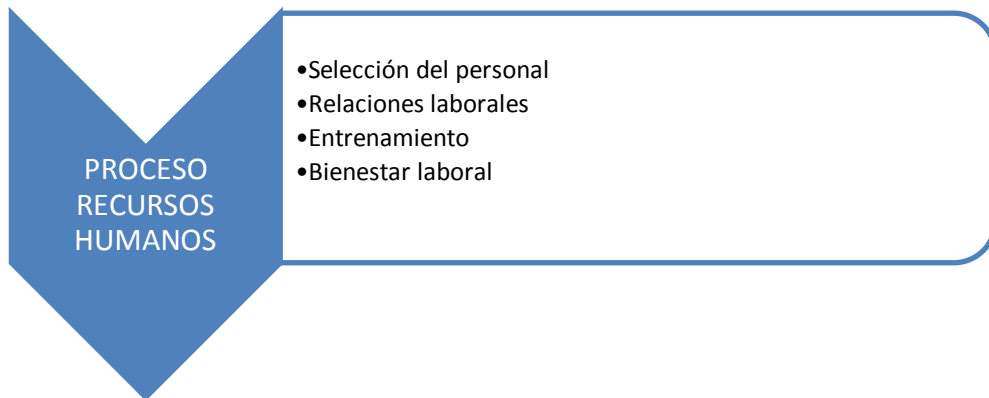


1. Revisión de inventario de almacenamiento
2. Revisión de la solicitud del pedido

3. Revisión de la mercancía solicitada
 4. Envío de la solicitud al proveedor
 5. Almacenamiento
 6. Revisión de la factura
-
1. Revisión de inventario de almacenamiento: el jefe de cocina realiza la revisión de los productos que se encuentran en el inventario y después se dispone a realizar la lista de la orden del pedido.
 2. Revisión de la solicitud del pedido: con la lista de los productos faltantes la administración realiza la revisión y genera la orden del pedido.
 3. Envío de la solicitud al proveedor: por medio de correo electrónico el administrador envía la solicitud al proveedor y realiza su confirmación por medio de comunicación telefónica.
 4. Revisión de la mercancía solicitada: al llegar los productos solicitados, el administrador y el jefe de cocina realizan la revisión, donde confirman si lo que llega es lo pedido y si cumplen con los estándares.
 5. Almacenamiento: después de realizar la revisión del pedido y de corroborar que lo solicitado concuerda con lo recibido, se procede a dejar en la zona de almacenamiento.
 6. Revisión de la factura: Se realiza la revisión de la factura y se compara con el pedido recibido y se procede a cancelar.

5.5.3.2 Proceso De Recursos Humanos

Gráfica 20. Proceso de Recursos Humanos



1. Selección del personal.
2. Entrenamiento.
3. Relaciones laborales.
4. Bienestar laboral

1. Selección del personal

Este proceso se llevará a cabo mediante la organización de unas pruebas técnicas, pruebas psicotécnicas y entrevistas, en la cual dependiendo del desempeño del participante se tomará la decisión de contratar o de continuar con el proceso, hasta encontrar el perfil requerido para la vacante.

2. Entrenamiento

Se llevarán a cabo programas de capacitaciones, donde se les ofrecerán a los empleados diferentes cursos técnicos, relacionados con la industria alimenticia, atención a clientes, entre otros, en los cuales podrán ampliar su perfil laboral.

3. Relaciones Laborales

Incentivar a los empleados de que se debe trabajar en equipo, para que así las labores diarias sean realizadas de la mejor manera y los clientes perciban un ambiente agradable.

4. Bienestar laboral

Para realizar esta labor se procederá a generar, programas de pausas activas, charlas orientadas por la ARL, para mitigar que se presenten enfermedades profesionales.

6. ASPECTOS LEGALES

Para el proyecto en mención se constituirá una Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S, soportado en la Ley 1258 de 2.008 y con el diligenciamiento de requisitos establecidos.

Se ha tomado este tipo de sociedad debido a que brinda flexibilidad en temas como:

- ✓ Constitución
- ✓ Organización
- ✓ Funcionamiento
- ✓ Convocatorias
- ✓ Reformas estatutarias
- ✓ Juntas Directivas
- ✓ Acuerdos de accionistas
- ✓ Reorganización de la sociedad, entre otros generando grandes ventajas que permiten adecuarse a la medida de las necesidades.

Los organismos a los que debemos acudir para la constitución de la empresa entre otros son:

- ✓ Cámara de comercio (Registro mercantil)
- ✓ Alcaldía (Uso de suelos – Certificado de Industria y comercio)
- ✓ Dian (RUT – NIT – Actividad Económica)
- ✓ Notaria

NORMATIVA JURIDICA:

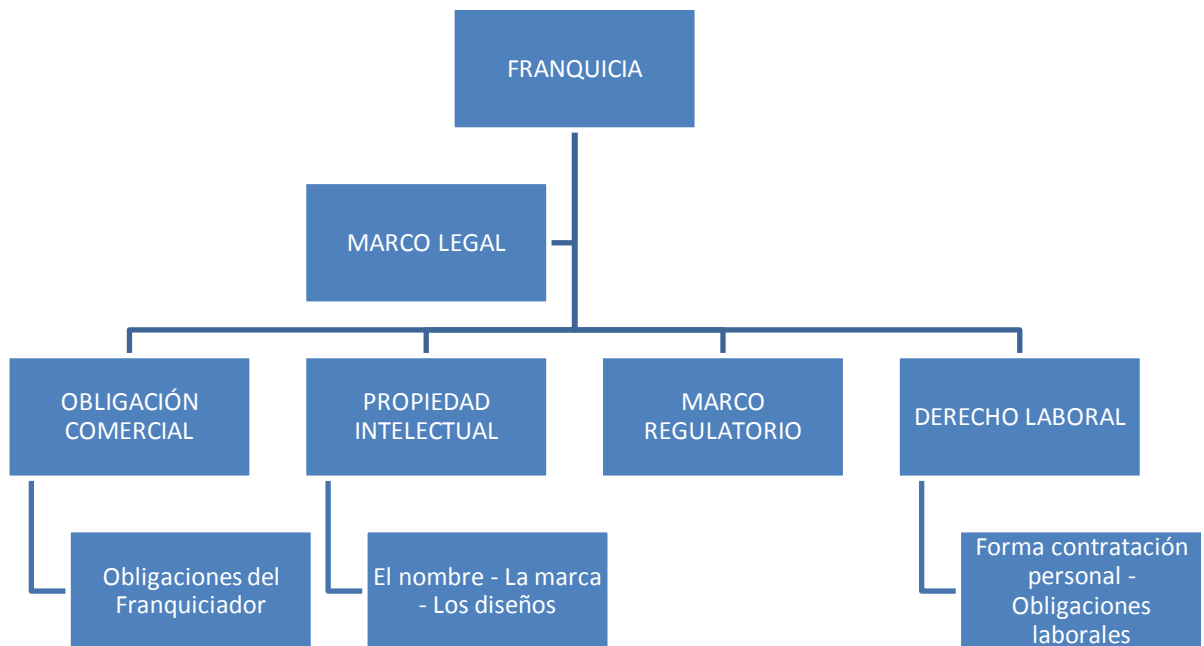
Con la ley 9 de 1979, se va a llevar a cabo el cumplimiento de las condiciones sanitarias, que rigen para los establecimientos públicos y de las cuales se han emitido los siguientes decretos:

- ✓ Con el decreto 1594 de 1984, se va a cumplir con las normas de protección de la salud ambiental y humana teniendo en cuenta, el control del uso del agua, residuos líquidos y sólidos.
- ✓ Con el decreto 614 del 1984; se va a proteger la salud de los trabajadores y de la población contra los riesgos provenientes del almacenamiento de sustancias que perjudican la salud pública.
- ✓ En el decreto 2092 de 1986, se va a llevar el saneamiento a las edificaciones donde se va a ubicar el restaurante.
- ✓ Con el decreto 547 de 1996, vamos a cumplir con las normas sanitarias en la manipulación de alimentos, como las carnes frías, verduras, frutas; entre otros.
- ✓ Se van a solicitar las licencias de funcionamiento de la organización, basados en el decreto 2257 de 1986

Ley 237 de 2008, se cumplirá con las normas establecidas para realizar el proceso de propinas que se le otorgan a los empleados de atención al público por parte de los clientes.

Para dar cumplimiento a la ley 1335 de 2009, el establecimiento va a tener la política de área libre de humo, protegiendo así a los menores de edad y a la población no fumadora de los olores emitidos por estas sustancias.

Gráfica 21. Marco legal de la franquicia



El marco legal de las franquicias está conformado básicamente por cuatro elementos:

- ✓ La Obligación Comercial: En el país no existe hasta el momento Legislación que regule este tipo de alianzas, razón por la cual se da a través de contratos privados, donde este contrato atípico es “ley entre las partes” (Franquiciante – Franquiciado) que regirá la relación comercial, motivo por el cual se debe dejar claramente establecidas las obligaciones de ambas partes y los riesgos asumidos por cada uno. Sin embargo no deja de gozar de la protección legal y Judicial. Aquí es donde se regulan, aspectos como:

- Licencia de Uso; Se determina la extensión y alcances de las licencias que se otorgan en el contrato. La exclusividad territorial de la franquicia, fija las fronteras de influencia de cada franquiciado.
 - Se indicará el término de duración de contrato de franquicia que es usualmente de 5 a diez años, así como las condiciones de su renovación. El término del contrato debe determinarse teniendo en cuenta la recuperación de la inversión por parte del franquiciado así como una utilidad razonable. Las proyecciones financieras del plan de negocio son las que en últimas van a determinar el plazo mismo que debe tener el contrato. Así mismo se deben establecer Las condiciones económicas de la relación: pago de entrada, regalías, porcentajes o alguna otra contraprestación, garantías, seguros. Etc.
- ✓ Propiedad Intelectual: Se permite el uso y goce del nombre, marca, diseños, símbolos comerciales, procesos, y los secretos industriales entre otros, al igual se adiciona a todos estos elementos la popularidad (*good will*) de que goza en su medio.
- Se transmite el uso del *Know how (saber Hacer)* y de su propiedad intelectual, con el fin de explotar económicamente un negocio o empresa dentro de determinada zona o área geográfica, y así evitando que el franquiciado cometa los errores que ya han sido superados por el franquiciante. El uso de la tecnología (software, etc.) y la prestación de soporte técnico correspondiente.
- ✓ Derecho Laboral: Para el manejo de la contratación de los empleados se soportará bajo la Ley así: para los Contratos Laborales, serán regulados por el Código Sustantivo del Trabajo y para Contratos de Prestación de Servicios regulados por las normas del Código Civil. Para así brindar las garantías de

seguridad social y proyección a la vez que contribuye al desarrollo y bienestar de los empleados.

- Para acogernos a la Ley de formalización y generación de empleo soportado en la Ley 1429 de 2010, contribuyendo en su compromiso de seguir disminuyendo los niveles de desempleo y mejorar las condiciones laborales de los colombianos. A su vez aprovechar los beneficios tributarios, parafiscales y costos en el registro mercantil que otorga la Ley, también llamada de Primer Empleo.

Marco Regulatorio:

- ✓ Partiendo de la Constitución Política Artículo 6, “Los particulares sólo son responsables ante las autoridades por infringir la Constitución y las leyes”. Los particulares son libres de hacer todo aquello que no esté expresamente prohibido lo que lleva al principio de la autonomía de la voluntad.
- ✓ Decreto 2153 de 1992 Normas sobre libre competencia.
- ✓ Decisión 486 de 200 de la CAN- Comunidad Andina de Naciones sobre la propiedad intelectual.
- ✓ Circular Externa 10 de 2001 de la Superintendencia de Industria y Comercio.
- ✓ Ley 256 de 1996 Regulación de las acciones de competencia desleal.
- ✓ Art 603 Código de Comercio. Derechos sobre nombre comercial, al igual que el Art 128 de la Decisión 344 de 1993 de la CAN.
- ✓ Las operaciones económicas serán reguladas por el Estatuto tributario
- ✓ Código de ética de la franquicia COLFRANQUICIAS, este Código entra en vigencia a partir del 4 de Diciembre de 2012. El cual busca propiciar condiciones de colaboración y contribución activa en el desarrollo sectorial y empresarial de las franquicias; así como impulsar el estudio objetivo y científico de la Franquicia en todos sus aspectos.

- ✓ Número 175 del ICONTEC Norma técnica Colombiana NTC 5813 que busca regular las etapas precontractuales y contractuales entre franquiciantes para facilitar estos procesos.

7. ESTUDIO FINANCIERO

A través de la evaluación financiera se determina la viabilidad y rentabilidad del proyecto, realizando un análisis de la inversión requerida teniendo en cuenta variables como inflación, impuesto de renta, dividendos e intereses; además se realiza un estudio de ingresos y egresos que permita la proyección de estados financieros del negocios.

7.1 INVERSION INICIAL

Dentro del análisis de la inversión se relaciona la inversión fija, inversión diferida y capital de trabajo:

7.1.1 Inversión Fija:

- ✓ **TERRENOS:** Teniendo en cuenta que por su ubicación los terrenos han estado en constante valorización gracias al auge del turismo; el valor del terreno es de \$90.000.000.
- ✓ **INFRAESTRUCTURA (CONSTRUCCIÓN):** El costo de la construcción del restaurante es de **\$219.888.000**, como se describe a continuación:

Tabla 6. Requerimientos de Infraestructura.

RESTAURANTE FRANQUICIADO		Valor Unitario	Valor Total
CONSTRUCCION			\$ 151.100.000
Cimentación	Limpiar y excavar el terreno	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000
	Excavar las zanjas para la cimentación	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000
	Añadir hormigón y enrejado	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000
	Armar placa de concreto	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000
Estructura	Levantar columnas y muros en mampostería	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000
	Hacer cubierta	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000
	Colocar viguetas	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000
	Montar estructura de madera	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000
	Colocar tejas	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Mampostería	Preparar muros limpiando sobrantes	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
	Revertir muros con mortero pañete	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
	Afinar el pañete	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
	Rematar y detallar la superficie	\$ 800.000	\$ 800.000
	Realizar filos y dilataciones	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Pisos y enchapes	Modular la superficie donde se va a instalar	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
	Preparar mortero de pega	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000

RESTAURANTE FRANQUICIADO		Valor Unitario	Valor Total
	Instalar pisos y enchapes	\$ 22.000.000	\$ 22.000.000
Carpintería	Instalar marcos de puertas	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
	Instalar puertas interiores y closets	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000
Ventanería	Instalar marcos de ventanas	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
	Instalar ventanas	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000
Pintura	Preparar la superficie limpiándola	\$ 800.000	\$ 800.000
	Aplicar estuco	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
	Proteger pisos	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
	Extender la pintura con brocha	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000
Hidráulica	Marcar los lugares por donde pasa la tubería	\$ 800.000	\$ 800.000
	Realizar la excavación requerida para la instalación	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000
	Instalar tubería	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000
	Instalar los puntos sanitarios	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
	Ubicar las tapas de registro	\$ 500.000	\$ 500.000
Gas	Ubicar lugares donde se requiere punto de gas	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
	Ubicar montante de tubería	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
	Instalar tubería	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000
	Ubicar llaves de paso	\$ 800.000	\$ 800.000
	Contactar empresa de Gas	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000

RESTAURANTE FRANQUICIADO		Valor Unitario	Valor Total
	del municipio para la instalación del servicio		
Eléctrica	Revisar los planos junto con el maestro eléctrico que realiza la instalación	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
	Instalar cableado eléctrico de acuerdo a planos	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
	Contactar empresa de energía para la instalación del servicio	\$ 300.000	\$ 300.000
URBANISMO			
Parqueadero			\$ 14.200.000
	Construcción sistema de desagüe de aguas lluvias	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
	Construcción Piso con piedra	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000
	Demarcación de parqueaderos	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000
	Preparación del terreno	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
PAISAJISMO			
Jardines			\$ 13.300.000
	Construcción sistema de riego	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
	Siembra de plantas nativas y cítricos	\$ 800.000	\$ 800.000
	Fertilización de plantas	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
	Instalación sistema de Iluminación	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000

RESTAURANTE FRANQUICIADO		Valor Unitario	Valor Total
	Preparación del terreno	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Imprevistos 8%			\$ 17.591.040
Administración y Dirección de la Obra			\$ 25.000.000
TOTAL			\$ 219.888.000

- ✓ **MAQUINARIA Y EQUIPO:** Hace referencia a toda la maquinaria y equipo necesaria para la puesta en marcha del restaurante, indispensable para la preparación de los productos ofrecidos a los clientes. El valor total es de **\$30.775.000.**

Tabla 7. Requerimientos de Maquinaria y equipo.

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Estufa industrial	1.800.000	1.800.000
2	Refrigeradores industriales	5.100.000	10.200.000
1	Campana extractora	150.000	150.000
3	Licuadora	190.000	570.000
1	Bascula electrónica	40.000	40.000
1	Extractor de jugos	90.000	90.000
1	Lavadora de vajillas	80.000	80.000
1	Lavaplatos	100.000	100.000
2	Olla a presión	120.000	240.000

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
20	Juego de vajillas y utensilios	180.000	3.600.000
30	Cristalería	120.000	3.600.000
40	Cubiertos	90.000	3.600.000
10	Condimentadores	50.000	500.000
5	Tablas para picar	45.000	225.000
30	Recipientes para almacenar alimentos en refrigeradores	40.000	1.200.000
6	Parrillas para asar	230.000	1.380.000
2	Set de cuchillos	140.000	280.000
10	Tazas medidoras	35.000	350.000
10	Sartenes	85.000	850.000
TOTAL			\$30.775.000

- ✓ **MUEBLES Y ENSERES:** Son los elementos que estarán dentro del inventario de la empresa, están relacionados directamente con el servicio al cliente y su manipulación. El valor total es de **\$14.210.000**.

Tabla 8. Requerimientos de Muebles y Enseres.

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mesas	20	180.000	3.600.000
Sillas	80	45.000	3.600.000
Televisores	1	1.200.000	1.200.000
Sonido	1	700.000	700.000

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cajas Registradoras	2	90.000	180.000
Estantes	5	80.000	400.000
Juegos infantiles	1	3.000.000	3.000.000
Elementos decorativos	6	120.000	720.000
Escritorio Modular	2	180.000	360.000
Silla de Escritorio	3	120.000	360.000
Teléfono	1	90.000	90.000
TOTAL			14.210.000

- ✓ **EQUIPO DE CÓMPUTO Y COMUNICACIONES:** Son los equipos necesarios para las labores administrativas del restaurante y está compuesto por:

Tabla 9. Requerimientos equipos de cómputo.

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadores	1	1.500.000	1.500.000
Celular	1	120.000	120.000
TOTAL			\$1.720.000

7.1.2 Inversión Diferida. Dentro de estas inversiones se destacan los estudios previos de implantación, gastos de constitución, montaje, publicidad etc.

✓ **ESTUDIOS, DISEÑOS Y LEGALIZACIÓN:**

Pre inversión	Total
Licencia de Construcción	5.000.000
Estudio de Suelos	8.000.000
Estudio Topográfico	5.000.000
Diseño estructural	9.000.000
Diseño Arquitectónico	12.000.000
Diseño Sanitario	5.000.000
Diseño Hidráulico	8.000.000
Diseño Electrónico	8.000.000
TOTAL	\$60.000.000

✓ **VALOR DE LA MARCA:** El valor de la Franquicia Marvilla es de: \$120.000.000, por un periodo de cinco (5) años; adicionalmente se crea un fondo de publicidad correspondiente al 1.5% de las ventas anuales.

7.1.3 Capital de Trabajo. Tiene por objeto fundamental garantizar el funcionamiento del restaurante necesario para operar en condiciones normales:

Tabla 10. Capital de Trabajo.

SALDO DE EFECTIVO REQUERIDO EN CAJA		2015
Item Período>>>	Días de Cobertura	1
Mano de Obra	30	5.122.221

SALDO DE EFECTIVO REQUERIDO EN CAJA		2015
CIF	30	790.858
Gastos Generales de Admón	30	5.643.169
Saldo efectivo requerido en caja		11.556.248
Incremento saldo efectivo req.		11.556.248
CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO		2015
Item	Días de	1
Período>>>	Cobertura	
1. ACTIVO CORRIENTE		
1.1 CAJA (Saldo efect. requer.)		11.556.248
1.2 EXISTENCIAS		
Materias Primas	30	27.266.933
TTL ACTIVO CORRIENTE		38.823.182
2. PASIVO CORRIENTE		
2.1 CxP (En función de Mat. Pr.)	30	27.266.933
2.2 Otras CxP		
TTL PASIVO CORRIENTE		27.266.933
3. CAPITAL DE TRABAJO	(inic>>>	11.556.248
4. INC/DECR C. DE T.		11.556.248

7.1.4 Resumen de la Inversión Inicial:

Tabla 11. Inversión Inicial requerida.

CONCEPTO	VALOR TOTAL
Terreno	90.000.000
Construcción	219.888.000
Maquinaria y Equipo	30.775.000
Equipo de cómputo y comunicaciones	1.620.000
Muebles y Enseres	14.210.000
Estudios, Diseños y Licencias	60.000.000
Franquicia	120.000.000
Capital de trabajo	11.556.248
TOTAL	\$ 548.049.248

7.2 FINANCIACION

El valor total de la inversión inicial para la puesta en marcha del negocio es de quinientos cuarenta y ocho millones cuarenta mil doscientos cuarenta y ocho pesos (\$548.049.248); y será financiado de la siguiente manera:

- ✓ Los dos inversionistas aportan el 35%.
- ✓ El restante 65% equivalente a trescientos cincuenta y seis millones cuatrocientos noventa y tres mil pesos (\$ 356.493.000), se financiará mediante crédito bancario a tasa de interés del 19.21 % efectivo anual a un plazo de cinco años.

7.3 COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN

7.3.1 COSTOS VARIABLES. Es aquel que se modifica de acuerdo a variaciones del volumen de producción del restaurante se tendrán en cuenta materias primas, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación y mano de obra indirecta entre otros:

- ✓ Materias Primas requeridas para la preparación de cada uno de los platos ofrecidos en el menú:

Tabla 12. Costo Materia Prima.

COSTO DE MATERIA PRIMA			
TIPO DE PRODUCTO	COSTO POR PLATO	CANTIDAD/MES	COSTO MATERIA PRIMA ANUAL
PLATO POLLO	8.834	19.129	\$ 168.993.895
PLATO PASTA	4.182	9.564	\$ 39.998.555
PLATO PESCADO	9.828	9.564	\$ 93.996.604
PLATO CARNE	7.319	9.564	\$ 69.997.471
BEBIDAS	1.385	26.000	\$ 36.017.475
TOTAL COSTO MATERIA PRIMA ANUAL			\$ 409.004.000

Teniendo en cuenta las cantidades producidas se estima el valor de las materias primas requeridas en cada plato, obteniendo un valor anual de \$409.004.000.

✓ Mano de Obra Directa:

Tabla 13. Costo Mano de Obra directa.

MANO DE OBRA DIRECTA			
CONCEPTO	JEFE DE COCINA / CHEF	AUXILIAR DE COCINA	MESERO
Valor mensual jornada ordinaria diurna	\$ 1.800.000	\$ 644.350	\$ 644.350
Auxilio de Transporte	\$ -	\$ 74.000	\$ 74.000
Salario base para liquidar algunas prestaciones.	\$ 1.800.000	\$ 718.350	\$ 718.350
Prestaciones Sociales Legales	\$ 518.969	\$ 204.030	\$ 204.030
Aportes Parafiscales	\$ 162.000	\$ 57.992	\$ 57.992
Transferencias (Cesantías, etc)	\$ 423.000	\$ 151.422	\$ 151.422
	\$ 2.903.969	\$ 1.131.794	\$ 1.131.794
CANTIDAD EMPLEADOS	1	3	3
TOTAL	\$ 2.903.969	\$ 3.395.382	\$ 3.395.382
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA			\$ 9.694.733

✓ Materiales Indirectos:

Tabla 14. Costo Materiales Indirectos de fabricación.

	MES	ANUAL
Aderezos	\$ 18.900	\$ 226.800
Salsas	\$ 90.950	\$ 1.091.400
Aceite	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Mantequilla	\$ 18.483	\$ 221.800
Servilletas	\$ 23.173	\$ 278.071
		\$3.406.313

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	
COSTO	COSTO/AÑO
Servicio Energía	\$ 5.555.369
Servicio Gas	\$ 1.104.475
Servicio Agua	\$ 501.840
Mantenimiento	\$ 1.254.600
Otros CIF (Aderezos, salsas, aceite, etc)	\$ 3.406.313
TOTAL CIF ANUAL	\$ 11.822.596

✓ Otros Gastos de Administración y Ventas:

Tabla 15. Costo otros gastos de administración.

OTROS GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS	
GASTOS	GASTOS/AÑO
Honorarios	8.400.000
Seguros	6.000.000
Servicios de Comunicación	2.136.000
Gastos de papelería	600.000
Servicios públicos	800.000
SAYCO Y ACIMPRO	500.000
Dotación Baños Públicos	900.000
TOTAL OTROS GASTOS ANUAL	\$19.336.000

✓ Mano de obra Indirecta:

Tabla 16. Costo mano de obra indirecta.

MANO DE OBRA INDIRECTA			
CARGO	# PERSONAS	SUELDO BASE	COSTO REAL MENSUAL
Administrador	1	\$ 1.800.000	\$ 3.036.099
Auxiliar de Servicios generales	1	\$ 718.350	\$ 1.183.290
Cajero	1	\$ 718.350	\$ 1.183.290
COSTO TOTAL MENSUAL			\$ 5.402.679
COSTO TOTAL ANUAL			\$ 64.832.154

7.4 INGRESOS

Para la proyección de los ingresos se tiene en cuenta la capacidad en ventas de los menús anual, partiendo del costo total unitario y el precio de venta estipulado.

Tabla 17. Proyección de los Ingresos.

ANALISIS DE LOS INGRESOS: Flujo No. 3		2.015	2.016	2.017	2.018	2.019	2.020
Período>>>		1	2	3	4	5	6
Producto No. 1							
Capacidad de Utilización	(%)		100	100	100	100	100
Unids Producidas/Vendidas	Un.		19.129	19.416	19.804	20.299	20.908
Precio Unitario	Pesos		18.000	18.270	18.635	19.101	19.674
Valor Ventas	Pesos		344.320.416	354.727.501	369.058.492	387.742.078	411.355.570
Producto No. 2							
Capacidad de Utilización	(%)		100	100	100	100	100
Unids Producidas/Vendidas	Un.		9.564	9.708	9.902	10.150	10.454
Precio Unitario	Pesos		13.000	13.195	13.459	13.795	14.209
Valor Ventas	Pesos		124.337.928	128.096.042	133.271.122	140.017.973	148.545.067
Producto No. 3							
Capacidad de Utilización	(%)		100	100	100	100	100
Unids Producidas/Vendidas	Un.		9.564	9.708	9.902	10.150	10.454
Precio Unitario	Pesos		20.000	20.300	20.706	21.224	21.860
Valor Ventas	Pesos		191.289.120	197.070.834	205.032.495	215.412.265	228.530.872
Producto No. 4							
Capacidad de Utilización	(%)		100	100	100	100	100
Unids Producidas/Vendidas	Un.		9.564	9.708	9.902	10.150	10.454

ANALISIS DE LOS INGRESOS: Flujo No. 3		2.015	2.016	2.017	2.018	2.019	2.020
Período>>>		1	2	3	4	5	6
Precio Unitario	Pesos		16.000	16.240	16.565	16.979	17.488
Valor Ventas	Pesos		153.031.296	157.656.667	164.025.996	172.329.812	182.824.698
Producto No. 5							
Capacidad de Utilización	(%)		100	100	100	100	100
Unids Producidas/Vendidas	Un.		26.000	26.390	26.918	27.591	28.418
Precio Unitario	Pesos		4.500	4.568	4.659	4.775	4.919
Valor Ventas	Pesos		117.000.000	120.536.325	125.405.993	131.754.671	139.778.530
TOTAL INGRESOS			929.978.760	958.087.368	996.794.098	1.047.256.799	1.111.034.738

7.5 BALANCE GENERAL PROYECTADO

La proyección del balance permite ver la situación del negocio presentando en forma detallada los activos, pasivos y patrimonio del negocio.

Tabla 18. Proyección del Balance General.

BALANCE GENERAL						
Período>>>	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS						
1. ACTIVO CORRIENTE						
1.1 CAJA: FINAL	11.556.248	200.381.146	388.709.874	584.190.101	791.675.530	1.009.987.530
1.2 EXISTENCIAS						
Materias Primas	27.266.933	34.083.667	35.459.795	37.073.215	38.950.047	41.121.512
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	38.823.182	234.464.813	424.169.668	621.263.316	830.625.577	1.051.109.042
ACTIVOS NO CORRIENTES						
ACUM. INV. ACTIVOS NO CORR.	536.493.000	536.493.000	536.493.000	536.493.000	536.493.000	536.493.000
ACUM. DEPRECIACIÓN	0	-86.221.100	-	-	-344.884.400	-431.105.500
ACTIVOS NO CORRIENTES NETOS	536.493.000	450.271.900	364.050.800	277.829.700	191.608.600	105.387.500
TOTAL ACTIVOS	575.316.182	684.736.713	788.220.468	899.093.016	1.022.234.177	1.156.496.542
PASIVOS						
2. PASIVO CORRIENTE						
2.1 CxP (En función de Mat. Pr.)	27.266.933	34.083.667	35.459.795	37.073.215	38.950.047	41.121.512
2.2 Otras CxP	0	0	0	0	0	0
2.3 Préstamo C. Plazo (Déficit de caja)						
TOTAL PASIVO CORRIENTE	27.266.933	34.083.667	35.459.795	37.073.215	38.950.047	41.121.512
PRESTAMOS M&L.Plazo	356.493.000	307.837.174	249.834.563	180.689.651	98.262.001	0
TOTAL PASIVO	383.759.933	341.920.840	285.294.358	217.762.866	137.212.048	41.121.512
ACUM. CAPITAL SOCIAL (Equity)	191.556.249	191.556.249	191.556.249	191.556.249	191.556.249	191.556.249
RESERVAS	0	0	151.259.624	311.369.862	489.773.901	693.465.880
GCÍAS NO DISTRIBUIDAS	0	151.259.624	160.110.238	178.404.039	203.691.979	230.352.901
TOTAL PATRIMONIO	191.556.249	342.815.872	502.926.111	681.330.150	885.022.129	1.115.375.030
TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	575.316.182	684.736.713	788.220.468	899.093.016	1.022.234.177	1.156.496.542

7.6 ESTADO DE RESULTADOS

Permite ver la utilidad obtenida por el negocio durante los cinco años de proyección.

Tabla 19. Proyección del Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
Período	1	2	3	4	5
TOTAL VENTAS	929.978.760	958.087.368	996.794.098	1.047.256.799	1.111.034.738
COSTOS DIRECTOS DE PROD.	497.700.186	515.958.151	531.472.864	549.207.925	579.284.790
Materia Prima	409.004.000	425.517.537	444.878.585	467.400.563	493.458.144
Mano de Obra	76.833.316	73.680.121	69.414.774	64.198.369	67.777.428
Costos Ind. de Fabricación	11.862.869	16.760.493	17.179.505	17.608.993	18.049.218
MARGEN BRUTO DE VENTAS	432.278.574	442.129.217	465.321.234	498.048.874	531.749.948
COSTOS INDIRECTOS					
Gastos de Admón, Ventas, etc.	84.647.542	86.153.895	87.841.992	89.740.929	91.892.347
DEPREC. & AMORT.	86.221.100	86.221.100	86.221.100	86.221.100	86.221.100
UTILIDAD OPERACIONAL (UAI)	261.409.932	269.754.222	291.258.142	322.086.844	353.636.500
OTROS INGR. (Vr. Residual gravable)					
INTERESES OPERACIONALES	35.649.300	30.783.717	24.983.456	18.068.965	9.826.200
UTIL. ANTES DE IMP. (UAI)	225.760.632	238.970.505	266.274.686	304.017.879	343.810.300
IMPUESTOS (%)	74.501.009	78.860.267	87.870.646	100.325.900	113.457.399
UTILIDAD NETA	151.259.624	160.110.238	178.404.039	203.691.979	230.352.901
DIVIDENDOS	0	0	0	0	0
GANANCIAS NO DISTRIBUIDAS	151.259.624	160.110.238	178.404.039	203.691.979	230.352.901

7.7 FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

El flujo de caja proyectado presenta las entradas y salidas en efectivo en un periodo determinado.

Tabla 20. Proyección del Flujo de Caja del Proyecto

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
Período	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA DEL INV.	-191.556.249	185.935.835	188.057.829	195.660.080	207.726.094	217.797.775
Préstamos	-356.493.000	0	0	0	0	0
Intereses	0	35.649.300	30.783.717	24.983.456	18.068.965	9.826.200
Abonos a Capital	0	48.655.826	58.002.611	69.144.912	82.427.650	98.262.001
Ingresos por Beneficios Tributarios		-8.912.325	-7.695.929	-6.245.864	-4.517.241	-2.456.550
FLUJO DE CAJA DEL PROY.	-548.049.249	261.328.637	269.148.228	283.542.585	303.705.468	323.429.426

Para calcular el VPN del proyecto se tuvo en cuenta lo siguiente:

El costo de capital promedio ponderado (CCPP) o (WACC) representa una medida de la rentabilidad mínima que se exigirá al proyecto , según su riesgo, de manera tal que el retorno esperado permita cubrir la totalidad de la inversión inicial; para nuestro estudio se calculó mediante la siguiente formula:

$$WACC = K_e \frac{CAA}{CAA + D} + K_d(1 - T) \frac{D}{CAA + D}$$

Dónde:

Ke: Tasa de costo de oportunidad de los accionistas. 40%

CAA: Capital aportado por los accionistas: \$ 191.556.248

D: Deuda financiera contraída: \$ 356.493.000

Kd: Costo de la deuda financiera: 19,2%

T: Tasa de impuesto a las ganancias: 33%

Teniendo en cuenta lo anterior se aplicó una tasa de descuento del 23,1%

8. ANALISIS FINANCIERO

- ✓ El valor Presente Neto VPN, refleja que el inversionista recupera la inversión efectuada generando una rentabilidad de **\$ 230.450.145** a pesos de hoy, con una tasa de descuento del 23%.

VPN	\$ 230.450.145
------------	-----------------------

- ✓ El proyecto financieramente es viable lo cual se refleja en la Tasa Interna de Retorno del proyecto generada en un 43%, la cual tiene en cuenta el nivel de riesgo del proyecto.

TIR	✓ 43%
------------	--------------

- ✓ Se puede afirmar que el negocio es rentable, porque el nivel de ingresos sobre las ventas se incrementa cada año, generando utilidades cada vez mayores para los socios.
- ✓ Se recomienda continuar con el estudio de factibilidad para la puesta en marcha del negocio.

9. CONCLUSIONES

- ✓ El sector de los restaurantes en Colombia es uno de los sectores con el mayor índice de crecimiento.
- ✓ El aprovechamiento de la marca y la calidad en el servicio deben ser excelentes para que el cliente satisfecho regrese con nuevos clientes y sean una carta de presentación.
- ✓ Para realizar el estudio de entorno se utilizó el análisis de PESTAL, el cual permite analizar en conjunto los factores externos como, políticos, económicos, sociales, jurídicos y ambientales.
- ✓ En la realización del estudio de mercados para el montaje del restaurante se tomó como referencia la población de los municipios de Barichara, San Gil, Villanueva y los turistas que visitan el Parque Nacional del Chicamocha, en donde se obtuvo el número de los posibles clientes anuales los cuales serán aproximadamente 47.000.
- ✓ La Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto es del 43%, por lo cual se evidencia que la rentabilidad de la franquicia es exitosa e interesante para futuros inversionistas.
- ✓ En el proyecto de restaurante con franquicia el valor presente neto es de \$ 230.450.145, en el cual se puede evidenciar que la inversión fue recuperada y se obtuvo una ganancia.

BIBLIOGRAFIA

ACODRES. ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE LA INDUSTRIA GASTRONÓMICA [en línea]. www.acodres.com.co. 2013.

BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Séptima edición. 2013.

CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA [en línea]. www.camaradirecta.com. 2014.

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA DANE [en línea]. www.dane.gov.co. 2015.

GUARDIOLA SACARRERA, Enrique. Contratos de Colaboración en el Comercio Internacional: Intermediación, agencia, distribución, transferencia de tecnología, Franquicia, joint-venture. Barcelona- 1998.

LA BARRA [en línea]. www.revistalabarra.com.co. 2015.

LARROTA FONSECA, Nathalia Marlene, NAVARRO LÓPEZ, Jonathan Leandro. Estudio de prefactibilidad para la creación de un Restaurante de comida japonesa en la ciudad de Barrancabermeja. Universidad Industrial De Santander. Bucaramanga. 2012.

MINCOMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. www.mincit.gov.co. 2011.

Norma Técnica Colombiana para presentación de Trabajos Académicos, Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. ICONTEC. Bogotá D.C. 2012.

NOVOA NÑO, Nydia, QUINTANA, John Jairo. Estudio de prefactibilidad para el montaje de un bar- restaurante de orientación cristiana en la ciudad de Barrancabermeja. Universidad Industrial De Santander. Barrancabermeja 2014.

Plan de Desarrollo del Departamento de Santander (2012-2015) "Santander en serio, Gobierno de la gente".

RIVAS RENTERIA, Yina Zuleika, CORZO TORRES, Lina Paola. Estudio de prefactibilidad para el establecimiento de la franquicia Guess en la ciudad de Bucaramanga. Universidad Industrial De Santander. Bucaramanga. 2012.