

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE
ALMUERZO SALUDABLE "BUCARE" EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA

JOAQUÍN DARÍO ALVARADO FRANCO

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA

2011

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE
ALMUERZO EJECUTIVO SALUDABLE “BUCARE” EN LA CIUDAD DE
BUCARAMANGA

JOAQUÍN DARÍO ALVARADO FRANCO

Proyecto de grado para optar al título de
PROFESIONAL EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Directora
MARTHA ISABEL HERNÁNDEZ SUÁREZ
Ingeniera Industrial

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2011

Dedicatoria

A Dios por brindarme la oportunidad de ser cada día mejor.

A mis padres Iván y Luz Marina por ser la fuente de mis esfuerzos.

A mi Ludy por ser el amor, la ayuda y la comprensión.

Agradecimiento

El autor del presente proyecto manifiestan sus agradecimientos a:

A Dios por brindarme la oportunidad de vivir, de trabajar, de estudiar y de prepararme.

A la Universidad Industrial de Santander, al Instituto De Proyección Regional y Educación a Distancia y a todos los tutores y orientadores que han sido el pilar fundamental en nuestra formación.

A mi esposa gracias, por aportarme de sus conocimientos, compañía y ser el apoyo incondicional.

A la ingeniera Martha Isabel Hernández agradecimiento total por su excelente asesoría y profesionalismo como directora del proyecto y calidez humana.

A la señora Dora Fuentes, jefe de cocina del restaurante Miel Me Sabe por su aporte en el cálculo de las cantidades de materia prima para la elaboración de los menús.

Y en especial a mis padres, a quienes doy infinitas gracias por estar siempre a mi lado brindándome su apoyo, porque son el mejor regalo que he recibido de Dios y por eso lucho cada día para ser orgullo de ellos, les dedico este logro a ustedes que son mi familia y son la fuerza que me ayuda a seguir alcanzando logros.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	24
1. GENERALIDADES	26
1.1 EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL SECTOR DE LA GASTRONOMÍA	26
1.2 DIAGNÓSTICO DEL SECTOR	29
1.2.1 Tendencias	33
1.2.2 ¿Qué tendencia alimenticia marcará la pauta?	33
1.2.3 Almuerzos saludables	33
1.2.4 Los segmentos más saludables	34
1.2.5 ¿Cuáles serán los formatos exitosos?	34
1.2.6 Panorama del sector.	34
1.3 ASPECTOS TÉCNICOS DE LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE	35
1.3.1 Alimentación y salud.	35
1.3.2 Tendencias saludables	39
1.4 CONTEXTO GEOGRÁFICO	47
1.4.1 Demografía del área metropolitana.	48
1.5 ASPECTOS LEGALES	49
2. ESTUDIO DE MERCADOS	54
2.1 OBJETIVOS	54
2.1.1 General.	54
2.1.2 Específicos	54
2.2 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	55
2.2.1 Mercado potencial.	55
2.2.2 Mercado objetivo	55
2.3 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS	57
2.3.1 Definición, usos y especificaciones de los productos	57
2.3.4 productos sustitutos	71

2.4 DEMANDA	72
2.4.1 Investigación de mercados.	72
2.5 TABULACIÓN Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	79
2.6 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE LA DEMANDA	109
2.6.1 Evolución histórica de la demanda	110
2.6.2 Proyección de la demanda	110
2.7 OFERTA	111
2.7.1 Necesidades de información	111
2.7.2 Situación actual de la competencia	112
2.8 OFERTA ACTUAL	117
2.8.1 Proyección de la oferta	117
2.8.2 Determinación de la demanda insatisfecha	118
2.8 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	119
2.8.1 Canales de comercialización actuales	119
2.8.2 Selección del canal de comercialización	120
2.9 PRECIO	121
2.9.1 Estrategias de fijación de precios.	122
2.10 PUBLICIDAD Y PROMOCION	122
2.10.1 Objetivos	122
2.10.2 Logotipo.	123
2.10.3 Lema.	123
2.10.4 Análisis de medios.	123
2.10.5 Selección de medios.	124
2.10.6 Estrategias publicitarias.	125
2.10.7 Presupuesto de publicidad y promoción	125
2.11 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL ESTUDIOS DE MERCADOS	126
3. ESTUDIO TÉCNICO	128
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	128
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto	128

3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto	128
3.1.3 Capacidad del proyecto	129
3.2 LOCALIZACIÓN	132
3.2.1 Macrolocalización	132
3.2.2 Microlocalización	132
METODO DE ASIGNACIÓN DE PUNTOS PARA LA LOCALIZACIÓN	133
3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO	138
3.3.1 Descripción técnica de los procesos	138
3.3.2 Manipulación correcta de los alimentos	143
3.3.3 Clasificación de los residuos.	144
3.3.4 Control de calidad	145
3.3.5 Recursos	151
3.3.6 Los proveedores.	161
3.3.7 Distribución de planta	163
3.4 CONCLUSIONES TÉCNICAS SOBRE LA VIABILIDAD DEL PROYECTO	164
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	167
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN	167
4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	168
4.2.1 Visión	172
4.2.2 Misión	172
4.2.3 Objetivos	172
4.2.4 Políticas.	173
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	174
4.3.1 Organigrama	175
4.3.2 Descripción y perfil de cargos	176
4.3.3 Estructura salarial.	188
4.4 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO	189
5. ESTUDIO FINANCIERO	191
5.1 INVERSIONES	191

5.1.1 Inversión fija.	192
5.1.2 Inversión diferida.	195
5.1.3 Inversión de capital de trabajo.	196
5.1.4 Gastos financieros.	204
5.2 COSTOS	207
5.2.1 Costos fijos.	207
5.2.2 Costos variables	208
5.2.3 Costos totales.	208
5.2.4 Precio de venta	209
5.3 PRESUPUESTO DE EGRESOS E INGRESOS	209
5.3.1 Egresos.	210
5.3.2 ingresos.	210
5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	211
5.5 ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADO	213
5.5.1 Estado de ganancias y pérdidas.	213
5.5.2 Flujo de caja proyectada.	213
5.5.3 Balance general proyectado	215
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	216
6.1 IMPACTO SOCIAL	216
6.2 IMPACTO AMBIENTAL	217
6.2.1 Los alimentos.	218
6.2.2 El agua.	219
6.2.3 El aire.	219
6.2.4 El suelo.	219
6.2.5 Manejo de residuos	220
6.2.6 Ruido.	220
6.2.7 Servicio de energía.	221
6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA	221
6.3.1 Valor presente neto.	221

6.3.2 Tasa Interna De Retorno (TIR).	222
6.3.3 Análisis de las razones financieras	223
CONCLUSIONES	225
RECOMENDACIONES	228
BIBLIOGRAFÍA	229

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Listado de empresas expendedoras de alimentos más exitosas	31
Cuadro 2. Requerimiento calórico apropiado de acuerdo con su edad, sexo y nivel de actividad	43
Cuadro 3. Recomendaciones del consumo diario de calorías y nutrientes para la población colombiana	44
Cuadro 4. Distribución del valor calórico total o rango aceptable de distribución de macronutrientes	45
Cuadro 5. Aporte mínimo de energía (kcalorías) y distribución del valor calórico total para un almuerzo saludable	46
Cuadro 6. Número de empleados por empresa	56
Cuadro 7. Resumen del ciclo de minutas saludables	58
Cuadro 8. Ficha técnica	75
Cuadro 9. Encuestas a realizar por empresa	77
Cuadro 10. Análisis de consumo	79
Cuadro 11. Análisis de restaurantes visitados	80
Cuadro 12. Otros restaurantes	80
Cuadro 13. Frecuencia de visitas	81
Cuadro 14. Tipos de almuerzo	82
Cuadro 15. Análisis del precio de almuerzo	83
Cuadro 16. Precios almuerzo corriente	84
Cuadro 17. Precios platos a la carta y/o especiales	84
Cuadro 18. Análisis de permanencia al restaurante	85
Cuadro 19. Análisis de preferencia en la competencia	86
Cuadro 20. Análisis de horario para almuerzo	87
Cuadro 21. Análisis de acompañantes al restaurante	87
Cuadro 22. Análisis medio de comunicación	88
Cuadro 23. Análisis de ver noticiero en el almuerzo	89

Cuadro 24. Análisis de tipo de ambiente	90
Cuadro 25. Análisis plato preferido	91
Cuadro 26. Análisis de consumo de ensalada de verduras	92
Cuadro 27. Análisis de comida después del almuerzo	93
Cuadro 28. Análisis de consumo de proteína al almuerzo	94
Cuadro 29. Análisis de calificación del servicio	95
Cuadro 30. Análisis de inconveniente con su actual restaurante	96
Cuadro 31. Análisis de inconvenientes	97
Cuadro 32. Actual almuerzo es saludable	98
Cuadro 33. Interés en comer comida saludable	99
Cuadro 34. Visita a un restaurante nuevo con alimentación sana	100
Cuadro 35. Platos favoritos y cuánto estaría dispuesto a pagar	101
Cuadro 36. Promedio de visita	103
Cuadro 37. Tipo de decoración	104
Cuadro 38. Clase de música	105
Cuadro 39. Gustos en mesas y sillas	106
Cuadro 40. Le gustaría mirar videos cortos	107
Cuadro 41. Servicios adicionales	108
Cuadro 42. Preferencia de ubicación del restaurante	109
Cuadro 43. Proyección de la demanda del producto	111
Cuadro 44. Demanda Estimada	118
Cuadro 45. Precios de almuerzos de la competencia	122
Cuadro 46. Presupuesto de lanzamiento	125
Cuadro 47. Presupuesto de operación anual	126
Cuadro 48. Proyección de almuerzos/menú al año	131
Cuadro 49. Factores	136
Cuadro 50. Determinación de la ubicación	137
Cuadro 51. Proceso de preparación de los almuerzos	139
Cuadro 52. Procesos de preparación de los menús por lotes y por el tiempo	141

Cuadro 53. Recursos humanos	152
Cuadro 54. Insumos para el menú de Róbalo a la plancha en la semana, mes y año	153
Cuadro 55. Insumos para el menú de carne en bistec en la semana, mes y año	154
Cuadro 55. (Continuación)	154
Cuadro 56. Insumos para el menú de Pechuga Grille en la semana, mes y año	155
Cuadro 57. Insumos para el menú de Gulasch en la semana, mes y año	157
Cuadro 58. Insumos para el menú de Pernil de pollo en finas hiervas en la semana, mes y año	158
Cuadro 59. Total lote de los insumos semanales, mensuales y anuales	160
Cuadro 60. Distribucion de áreas	163
Cuadro 61. Aporte socios del restaurante	167
Cuadro 62. Descripción y perfil del cargo Administrador	176
Cuadro 63. Descripción y perfil del cargo Jefe de Cocina	179
Cuadro 64. Descripción y perfil del cargo Mesero	181
Cuadro 65. Descripción y perfil del cargo auxiliar de cocina	183
Cuadro 66 .Descripción y perfil del contador	185
Cuadro 67.Descripción y perfil de la nutricionista	186
Cuadro 68. Asignación salarial de los cargos	188
Cuadro 69. Maquinaria y equipo	192
Cuadro 70. Muebles y Enseres	193
Cuadro 71. Costo de equipo de oficina	193
Cuadro 72. Costo de herramientas	194
Cuadro 73. Total inversión fija	195
Cuadro 74. Total inversión diferida	195
Cuadro 75. Distribución de los menús/día	196
Cuadro 76. Costo Materia Prima	202
Cuadro 77.Costo de mano de obra directa	202

Cuadro 78. CIF Variables	203
Cuadro 79. CIF Fijos	203
Cuadro 80. Depreciaciones y amortizaciones	203
Cuadro 81. Costo de producción	204
Cuadro 82. Gastos de administración y ventas	204
Cuadro 83. Gastos financieros	205
Cuadro 84. Amortización crédito	205
Cuadro 85. Total capital de trabajo	206
Cuadro 86. Inversión total	206
Cuadro 87. Costos fijos	208
Cuadro 88. Costos variables	208
Cuadro 89. Costos totales	208
Cuadro 90. Precio unitario de cada menú	209
Cuadro 91. Egresos	210
Cuadro 92. Ingresos proyectados	210
Cuadro 93. Punto de equilibrio en unidades	211
Cuadro 94. Punto de equilibrio en ingresos	211
Cuadro 95. Estado de ganancias y pérdidas	213
Cuadro 96. Flujo de caja proyectado	214
Cuadro 97. Balance general proyectado	215
Cuadro 98. Valor Presente Neto	222
Cuadro 99. Tasa Interna de Retorno (TIR)	223
Cuadro. 100. Periodo de recuperación	223

LISTA DE GRAFICAS

Gráfico 1. Percepción de la situación del sector de alimentos	30
Grafico 2. Zonas de la ciudad de Bucaramanga	48
Grafico 3. Mapa de la ubicación del restaurante	49
Gráfica 4. Análisis de consumo	79
Gráfica 5. Análisis de restaurantes visitados	81
Gráfica 6. Frecuencia de visitas	82
Gráfica 7. Tipos de almuerzo	83
Gráfica 8. Análisis del precio de almuerzo	84
Gráfica 9. Análisis de permanencia al restaurante	85
Gráfica 10. Análisis de preferencia en la competencia	86
Gráfica 11. Análisis de horario para almuerzo	87
Gráfica 12. Análisis de acompañantes al restaurante	88
Gráfica 13. Análisis medio de comunicación	89
Gráfica 14. Análisis de ver noticiero en el almuerzo	90
Gráfica 15. Análisis de tipo de ambiente	91
Gráfica 16. Análisis plato preferido	92
Gráfica 17. Análisis de consumo de ensalada de verduras	93
Gráfica 18. Análisis de comida después del almuerzo	94
Gráfica 19. Análisis de consumo de proteína al almuerzo	95
Gráfica 20. Análisis de calificación del servicio	96
Gráfica 21. Análisis de inconveniente con su actual restaurante	97
Gráfica 22. Análisis de inconvenientes	98
Gráfica 23. Actual almuerzo es saludable	99
Gráfica 24. Interés en comer saludablemente	100
Gráfica 25. Visita a un restaurante nuevo con alimentación sana	101
Gráfica 26. Análisis de menú favorito	102

Gráfica 27. Promedio de visita	103
Gráfica 28. Tipo de decoración	104
Gráfica 29. Clase de música	105
Gráfica 30. Gustos en mesas y sillas	106
Gráfica 31. Le gustaría mirar videos cortos	107
Gráfica 32. Servicios adicionales	108
Gráfica 33. Preferencia de ubicación del restaurante	109
Grafica 34. Canales de comercialización	119
Grafica 35. Logotipo	123
Grafica 36. Elementos del negocio	152
Grafica 37. Distribución de Planta	163
Grafica 38. Organigrama de la empresa	175
Grafica 39. Punto de equilibrio	212

GLOSARIO

ÁCIDO ASCÓRBICO O VITAMINA C: sirve para el crecimiento, repara las células de los tejidos, encías, vasos, huesos y dientes, protege contra enfermedades infecciosas y el cáncer, ayuda en la cicatrización de heridas, previene resfriados y enfermedades respiratorias. Su falta provoca: Hemorragias, inflamación de encías y mala cicatrización. Viene en: Coliflores, Coles De Bruselas, Fresas, Grosellas, Kiwi, Limón, Melón, Naranja, Pimiento Verde, Nabo, Tomate Y Jengibre.

CALCIO: sirve para la formación y cuidado de huesos y dientes, participa en la coagulación de la sangre, ayuda a las funciones musculares y es necesario para el sistema nervioso. Su falta provoca: Reblandecimiento y debilidad en los músculos, raquitismo, osteoporosis y favorece las caries y la debilidades de las uñas.

Viene en: Hortalizas de hoja verde, berros, verdolagas, semillas de ajonjolí y perejil, leche, queso, mantequilla, tortillas, sardinas, charales y jengibre.

CALORÍAS: las calorías son necesarias para la vida, para el funcionamiento de cada una de las miles de células que constituyen nuestro cuerpo, se producen de la combustión de los alimentos que ingerimos. El problema es que cuando se come alimentos en exceso, sobre todo masas, harinas y dulces no todos logran producir calor y se acumula como grasa y así aparece la obesidad. En resumen si consumes más calorías (alimentos) de lo que gastas en tus actividades diarias se acumulara como exceso ya aparece la obesidad y si comes menos de los que gastas se produce el enflaquecimiento, Por lo tanto hay que comer la cantidad de alimentos o de calorías que necesitamos de acuerdo a nuestras actividades, ni más ni menos, de lo contrario se produce obesidad o enflaquecimiento.

CARBOHIDRATOS: los carbohidratos son la fuente natural de energía de las células del organismo, pero las formas de alimentación actuales han privilegiado un enorme consumo de ellos en detrimento de otros nutrientes. El resultado es evidente: el exceso se convierte en grasa de manera casi inmediata y sobreviene la obesidad.

En otras palabras, es mucho más dañino el consumo excesivo de carbohidratos que el consumo de grasas. Se encuentran en el pan, la pasta, el arroz, la fruta, las papas y los dulces “comidas azucaradas”. Si se tiene diabetes tome en cuenta el total de gramos de carbohidratos por porción y no solamente los gramos de azúcar.

FÓSFORO: sirve para la formación de huesos y dientes y produce energía para la formación de células. Su falta provoca: debilidad y anorexia. Viene en: cereales, frijoles, lentejas, habas, carnes, pescados, pollo, huevo, yogurt.

GLUTEN: se forma por hidratación e hinchamiento de proteínas de la harina: gliadina y glutenina. El hinchamiento del gluten posibilita la formación de la masa: unión, elasticidad y capacidad para ser trabajada, retención de gases y mantenimiento de la forma de las piezas. La cantidad de proteína es muy diferente en diversos tipos de harina. Especial influencia sobre el contenido de proteínas y con ello sobre la cantidad de gluten tiene el tipo de trigo, época de cosecha y grado de extracción. A las harinas que contienen menos proteína – gluten se las llama pobres en gluten, en cambio, ricas en gluten son aquellas cuyo contenido de gluten húmedo es superior al 30 %. Harinas ricas en gluten se prefieren para masas de levadura, especialmente las utilizadas en la elaboración de masas para hojaldre. Para masas secas, en cambio, es inconveniente un gluten tenaz y formador de masa.

HARINA: la harina de trigo posee constituyentes aptos para la formación de masas (proteína – gluten), pues la harina y agua mezclados en determinadas proporciones, producen una masa consistente. Esta es una masa tenaz, con ligazón entre sí, que en nuestra mano ofrece una determinada resistencia, a la que puede darse la forma deseada, y que resiste la presión de los gases producidos por la fermentación (levado con levadura, leudado químico) para obtener el levantamiento de la masa y un adecuado desarrollo de volumen. La harina de centeno contiene también proteínas formadoras del gluten, gliadina y glutenina, pero en cantidades menores y con otras propiedades. De las masas de centeno no se puede lavar gluten. La harina de centeno obtiene recién su capacidad para panificar por la acidificación de la masa (elaboración de pan). En repostería se las utiliza poco. Harina de trigo integral, Harina de Graham, Harina de gluten, Harina de maíz, Harina de centeno, Las harinas de soja, arroz, avena, mijo, trigo duro o candeal y de cebada e trigo para poder amasarlas y conseguir formación de gluten. Harina de maíz.

HIERRO: sirve para producir hemoglobina y transportar oxígeno a todo el cuerpo. Su falta provoca: Anemia, fatiga, depresiones y favorece las infecciones. Viene en: Higos, vegetales de hoja verde, dátiles, cereales, leguminosas, pepitas, yema de huevo, hígado, carnes, sardinas.

ISOLEUCINA, LEUCINA, LISINA, METIONINA, FENILALANINA, TREONINA, TRIPTÓFANO Y VALINA: en función de la cantidad de aminoácidos esenciales, se establece la calidad de los distintos tipos de proteínas. Aquellas que contienen cantidades suficientes de cada uno de los aminoácidos esenciales son proteínas de alto valor biológico y, cuando falta un aminoácido esencial, el valor biológico de esa proteína disminuye.

PROTEÍNAS: las proteínas son sustancias orgánicas que contienen carbono, hidrógeno, oxígeno y nitrógeno. Están compuestas de aminoácidos, sus unidades

más simples, algunos de los cuales son esenciales para nuestro organismo; es decir, que necesariamente han de ser ingeridos junto con la dieta, ya que el cuerpo no es capaz de producirlos por sí solo. Aminoácidos esenciales y fuentes alimenticias de proteínas. La proteína se encuentra en alimentos de origen vegetal como frijoles, lentejas y garbanzos y de origen animal como pescado, aves, carnes, huevos y lácteos. Se deben mezclar los alimentos de estos dos tipos para potencializar el valor de la proteína.

RIBOFLAVINA O VITAMINA B2: Sirve para un adecuado crecimiento, mantiene sana la piel, las uñas, el cabello y las mucosas y para mejorar la visión. Su falta provoca: Inflamación en las comisuras de la boca y en la lengua; problemas en la piel, dolores de garganta, anemia o falta de glóbulos rojos.

Viene en: Vegetales verdes, avena, legumbres. Hígado, leche, queso, huevos, pescado.

VITAMINA B1 O TIAMINA: sirve para, controlar los estados de ánimo y el humor, ayuda al sistema nervioso, favorece la memoria y concentración, ayuda al crecimiento, ayuda a la digestión de las grasas y azúcares. Su falta provoca: flojera, mal humor, bajo rendimiento escolar y laboral, depresiones, pérdida de memoria y concentración y una enfermedad llamada Beriberi. Viene en: germen de trigo, acelgas, arroz, aguacate, aceituna, cereza, ciruela, guayaba, papaya, cacahuates, almendra, nuez, calabaza, cebolla, col, espinaca, lechuga, tomate, zanahoria, chile, perejil, pimienta, avena, tocino, carne de cerdo, pan, leche y jengibre.

RESUMEN

TÍTULO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE ALMUERZO SALUDABLE “BUCARE” EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA*

AUTOR: ALVARADO FRANCO, Joaquín Darío**

PALABRAS CLAVES: Restaurante, almuerzos, saludables, clientes, menús, servicio, calidad, producción.

DESCRIPCIÓN O CONTENIDO:

El proyecto tiene como objetivo determinar la viabilidad del restaurante de comida saludable incursionando en el mercado gastronómico de la ciudad de Bucaramanga, logrando un posicionamiento y reconocido por su excelente servicio y calidad en sus productos, con la obtención de una rentabilidad adecuada en corto plazo, con un esmerado y positivo grupo de trabajo, el restaurante Bucare logrará satisfacer a sus clientes con la garantía de que los productos consumidos son totalmente saludables y de alta calidad.

El problema de investigación fue delimitado espacial y conceptualmente, una vez establecido que en la ciudad de Bucaramanga, existe un alto número de personas empleados que por razones de tiempo y distancias no acuden a sus hogares en las horas de mediodía para tomar los alimentos. El diseño metodológico permitió identificar las necesidades alimentarias en materia de servicio, variedad, calidad, precio, atención, higiene, seguridad industrial y satisfacción del consumidor en restaurantes posicionados de la zona comprendida por las calles 36 y 56 y las carreras 27 y 36 de la ciudad, a través de una encuesta, cuyo resultado determina una demanda de almuerzos de almuerzos saludables con frecuencia diaria, pago de contado, con menús balanceados y variados. Al respecto el restaurante se proyecta para ofrecer estos productos con un talento humano motivado y orientado a ofrecer calidad en el servicio al cliente.

El estudio técnico determinó la ubicación adecuada para el restaurante y la ingeniería del proyecto describe un servicio con pago oportuno del almuerzo y una excelente atención al consumidor, en una infraestructura adecuada, el crecimiento y mejora continua de los procesos productivos y de servicio.

* Proyecto de Grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Programa de Gestión Empresarial. Directora: HERNÁNDEZ SUÁREZ, Martha Isabel.

ABSTRACT

TITLE: FEASIBILITY STUDY FOR THE ESTABLISHMENT OF A HEALTHY LUNCH RESTAURANT "BUCARO" IN THE CITY OF BUCARAMANGA*.

AUTHORS: ALVARADO FRANCO, Joaquín Darío**

KEY WORDS: Restaurant, lunch, healthy, customers, menus, service, quality, production.

DESCRIPTION OR CONTENT:

The project aims to determine the viability of the health food restaurant, entering the food market in the city of Bucaramanga, achieving a position and recognized for its excellent service and quality products, obtaining an adequate return in the short term, with an excellent and positive working group, the restaurant achieved Bucare satisfy their customers with the assurance that the products consumed are totally healthy and high quality.

The research problem was defined spatially and conceptually, once established in the city of Bucaramanga, a high number of employees for reasons of time and distance do not go to their homes in the hours of noon to take food. The study design allowed us to identify food needs in terms of service, variety, quality, price, care, hygiene, safety and customer satisfaction in restaurants positioned in the area bounded by the streets 36 and 56 and races 27 and 36 of the city, through a survey, whose result determines a demand for healthy lunches lunches daily, cash payments, balanced and varied menus. In this regard the restaurant plans to offer these products with human talent motivated and aimed at providing quality customer service.

The technical study determined the proper location for the restaurant and engineering of the project describes a service with timely payment of lunch and excellent customer service in an adequate infrastructure, growth and continuous improvement of production processes and service.

* Project of Grade

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Programa de Gestión Empresarial.
Directora: HERNÁNDEZ SUÁREZ, Martha Isabel.

INTRODUCCIÓN

Con la realización del presente proyecto se busca establecer la viabilidad para la creación de un restaurante de almuerzos saludable “Bucare” que diseñe, procese y comercialice menús balanceados garantizando la calidad de insumos, la preparación y el óptimo servicio, para mantener o mejorar la salud de las personas en la zona de Cabecera de la ciudad de Bucaramanga.

Se inicia con la problemática de satisfacer la necesidad de la población en alimentarse de manera adecuada y saludable para prevenir o combatir diferentes enfermedades crónicas como es la obesidad, anorexia, diabetes, entre otras enfermedades con diagnóstico de mejora por medio de alimentación adecuada, se presenta en el mercado una oportunidad para aprovechar.

Por lo anterior se ha diseñado una investigación con el fin de analizar factores que determinan la viabilidad para la puesta en marcha del proyecto.

Dicha investigación se desarrolla en cinco (5) capítulos, cada uno de ellos con un objetivo a alcanzar:

-La investigación de mercados, caracterizando la demanda en general con sus gustos, necesidades y opciones de compra. Y a través del análisis de los oferentes, conocer la competitividad existente para este tipo de empresa.

-El estudio técnico, estableciendo la ubicación adecuada, la infraestructura y su distribución, los diagramas del producto y el servicio para ofrecer comodidad y un servicio con momentos de verdad reconocidos por los clientes.

-El estudio administrativo dando vida al talento humano que integrará la empresa, sus oportunidades de crecimiento dentro de la organización.

-El estudio financiero, el más complejo que parte desde lo específico hacia lo general para determinar la rentabilidad o ganancia a obtener de acuerdo con el registro contable de ingresos, egresos, costos y gastos para culminar con los estados financieros que muestran la aceptación económica del proyecto para los inversionistas.

-Finalmente la evaluación ambiental del proyecto, toda vez que su ejecución no afecte el ecosistema y la evaluación financiera para determinar la viabilidad económica del proyecto.

1. GENERALIDADES

1.1 EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL SECTOR DE LA GASTRONOMÍA

Los cambios sociales experimentados en el mundo entero durante los últimos cincuenta años, han modificado extraordinariamente tanto los hábitos alimentarios como el modo de vida de las poblaciones. Con la necesidad que tiene el hombre de alimentarse se creó el servicio de proporcionar alimentos, el cual se remonta a los tiempos de la antigua Roma cuando las tabernas satisfacían las necesidades elementales de los viajeros y de la población local. En el siglo XIV, las tabernas solo servían comida y bebida pero con el tiempo introdujeron leyes para controlar los precios y garantizar la calidad del servicio. A mitad del siglo XVI, las tabernas crecieron en importancia como consecuencia del desarrollo de comercio en Inglaterra.

En el siglo XVIII, se crearon nuevos establecimientos, llamados restaurantes donde se ofrecía comida de lujo preparada por cocineros franceses. El negocio de los restaurantes públicos fue creciendo progresivamente, pero en 1919 había solo 42.600 restaurantes en todo estados unidos, ya que el comer fuera representaba para la familia media de las pequeñas ciudades una ocasión muy especial.

El negocio comercial de los restaurantes prosperó después de la Segunda Guerra Mundial, ya que muchas personas con posibilidades económicas adquirieron el hábito de comer fuera de sus casas. Existen varios aspectos en nuestro estilo de vida que han influido en los nuevos hábitos y que favorecen el desarrollo del negocio de los restaurantes; por ejemplo, la gran cantidad de mujeres que trabajan fuera de casa. El comer fuera está íntimamente ligado a la disponibilidad económica y, por lo tanto, al incrementarse esta, aumentan las ventas en los restaurantes. Las comidas y las bebidas consumidas fuera de casa representan

aproximadamente un cinco por ciento de la renta disponible de los consumidores, este porcentaje se mantiene prácticamente constante¹.

En el siglo XX, la sociedad se modernizó, ya que la conservación de alimentos fue fundamental. Los enlatados aparecieron con preservantes, los hábitos alimentarios cambiaron, el abre latas se convirtió en el elemento más importante de la cocina, las comidas rápidas y precocidas vivieron su época de esplendor. En el siglo XX, el servicio de los restaurantes se ajusta a la capacidad económica de los segmentos de población a los que están orientados. En la segunda mitad del siglo XX salir a comer era una actividad reservada a las clases más adineradas, por lo tanto a partir de 1950 se produjo un desarrollo espectacular de los restaurantes populares que ofrecen comida a precios económicos. Con los años 60 volvió a vivirse el retorno a lo natural, a lo fresco. En los años 70 se utilizó lo rápido y lo fácil, es decir, los supermercados; de esta manera comenzaría la era del sedentarismo, de los obesos. En los años 80 la moda es la esbeltez, los cuerpos de barbies, las dietas, por lo tanto a finales de esta década hizo su aparición la fibra. Luego en plenos años 90 se habla de los alimentos en un estado germinal como producto del futuro².

Los expertos en el tema, afirman que dichos cambios han sido originados por las grandes transformaciones que ha sufrido la humanidad (tales como la industrialización, la urbanización, el desarrollo tecnológico y económico y la globalización de los mercados), y aunque éstas han mejorado los niveles de vida de la población, se considera también, que han incidido negativamente en los hábitos alimentarios, ya que el ritmo de vida de los individuos se ha tornado más agitado y sus tareas se han incrementado; con ello, se han ampliado los horarios

¹ ESCOLÁSTICO, Raúl. Historia de los restaurantes. Disponible en internet: <http://www.orghys.com/contenidos/restaurantes-historia.htm/>

² COCINA COLOMBIANA E INTERNACIONAL. Fundamentos de Nutrición y Etiqueta. Zamora Editores Ltda. p. 11, 17.

de realización de actividades laborales o académicas, se ha ido restando tiempo para dormir, descansar y ejercitarse físicamente de manera adecuada e incluso alimentarse y nutrirse en forma balanceada. De ahí que se diga, que el hombre en su afán de satisfacer sus necesidades ha adoptado formas de alimentación inapropiadas como la dependencia a las proteínas, la disminución cada vez más del consumo de hidratos de carbono, y por último, el incremento considerable del consumo de grasas.

Como consecuencia de ello, ha surgido una creciente epidemia de enfermedades crónicas como obesidad, diabetes, enfermedades cardiovasculares, el cáncer. En los países en desarrollo, que ha arrojado resultados aterradores, como los alcanzados en el año 2001, época en la cual las enfermedades crónicas causaron aproximadamente un 60% del total de 56.5 millones de defunciones notificadas en el mundo y un 46% de la carga mundial de morbilidad.³ Ante tanta preocupación por el tema, los expertos también han realizado todo tipo de investigaciones para establecer estrategias preventivas y el control de enfermedades crónicas por medio del consumo de alimentos saludables.

En Colombia hay diversidad de regiones cada una con sus características especiales y por consiguiente sus costumbres culinarias propias. Las zonas de la Costa pacífica y Atlántica, zona selvática, zona de llanos, zona andina con climas diferentes e influencias propias y zona de valles y planicies, cada una conservó sus tradiciones y fue receptiva a las diferentes influencias. Sin embargo existen algunos platos con ingredientes compartidos y preparados a “su manera” en cada provincia como las bebidas hechas de maíz, el sancocho, las arepas, el ají, los caldos, las empanadas, los tamales, los arroces y las

³ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD – ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA AGRICULTURA Y LA ALIMENTACIÓN. Consulta mixta OMS/FAO de expertos en régimen alimentario, nutrición y prevención de enfermedades crónicas. Serie de Informes Técnicos. Ginebra, 2003.

carnes. De la misma manera existen platos que son muy parecidos a los españoles como el caso de los Indios de Guiso o repollo relleno, el arroz atollado derivado de la paella, el puchero asimilado al cocido, las morcillas, chorizos y longanizas herencia de los aragoneses y los pimentones rellenos⁴.

Cada día es más importante el estar atento en la proveniencia de la materia prima, cómo se alimentó o con qué tipo de aguas fue regada. Se habla incluso de ingredientes orgánicos, se eligen formas de cocción saludables y se controlan los tiempos de las mismas.

1.2 DIAGNÓSTICO DEL SECTOR

El sector de hospitalidad, en el que se incluyen bares, restaurantes y hotelería, está cobrando una mayor fuerza en la economía colombiana. Un clima de confianza de la inversión, el ingreso de grandes multinacionales a desarrollar sus proyectos en el país y la seguridad para los viajeros han dinamizado la entrada de extranjeros al país, lo que se ve reflejado en los 1,2 millones de visitantes que llegaron al país, una cifra considerada récord por Proexport⁵.

De acuerdo con el informe anual de Gastronomía y Hospitalidad de La Barra, revista especializada en este tema, el sector de restaurantes genera alrededor de 300.000 empleos y tiene una enorme ventaja en términos de empleo, puesto que requiere mano de obra tanto calificada como no calificada, circunstancia que facilita el que muchos colombianos puedan vincularse a él. Los empresarios son cada vez más conscientes de los avances tecnológicos, en especial en un sector donde, según datos de la Revista La Barra, 85% de los equipos que utiliza el

⁴ COCINADO PARA EL FUTURO. Disponible en Internet: <http://www.revistalabarra.com.co/larevista/edicion-18/capacitacion-10/cocinando-para-el-futuro.htm>

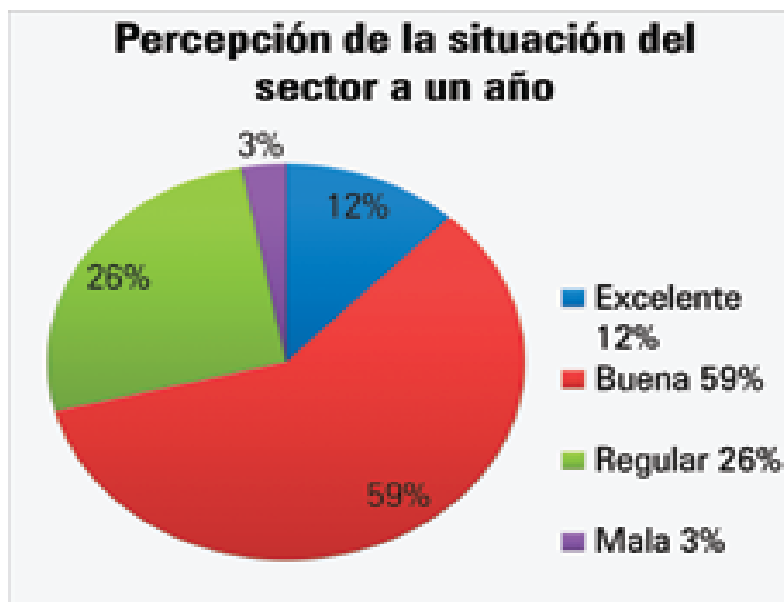
⁵ DIAGNÓSTICO DEL SECTOR DE HOSPITALIDAD. Disponible en Internet: <http://www.mineducacion.gov.co/observatorio/1722/article-167388.html>. 02 de Agosto de 2008.

sector son importados. La coyuntura de reevaluación favorece la importación de nuevos equipos, por lo cual se facilita la reconversión en tecnología⁶.

La tecnología presenta igualmente una importante ventaja en la optimización de la información para agilizar el servicio. "En una industria en la que el servicio es un factor clave de diferenciación hay que utilizar los recursos tecnológicos que estén al alcance para ser más eficientes", explica Gustavo de la Vega, dueño y gerente general de CEO ProActive Consulting, empresa de consultoría en tecnologías de información y optimización de procesos.

La Barra realizó una encuesta en 2009⁷ a 145 restaurantes a nivel nacional, sobre cómo perciben el sector en un año, y estos fueron los resultados:

Gráfico 1. Percepción de la situación del sector de alimentos



Fuente: REVISTA LA BARRA. Proyecciones 2009. Informe Ejecutivo de la Industria Gastronómica. Disponible en Internet: <http://www.revistalabarra.com.co/proyecciones>

⁶ DIAGNÓSTICO DEL SECTOR DE HOSPITALIDAD. Disponible en Internet: <http://www.mineducacion.gov.co/observatorio/1722/article-167388.html>. 02 de Agosto de 2008.

⁷ REVISTA LA BARRA. Proyecciones 2009. Informe Ejecutivo de la Industria Gastronómica. Disponible en Internet: <http://www.revistalabarra.com.co/proyecciones>.

Del gráfico anterior se puede concluir que la percepción sobre la situación futura del sector es en su mayoría buena 59%.

Según analistas de Brandaid, existe un segmento de compradores a quienes la inflación y el precio del dólar no los afecta. Esto es en los estratos cinco y seis. La tendencia de consumo seguirá creciendo para ellos, aunque no con los mismos índices de años anteriores. Este segmento sostendrá el consumo en los restaurantes a manteles, y permitirá que nuevos empresarios abran restaurantes para captar este rubro. Las compras de carros de lujo y los viajes corroboran esto. Existen nuevos restaurantes expandiéndose, y quienes cierran son los que no se han podido adaptar⁸.

A continuación se muestra el Listado de las empresas expendedoras de alimentos más exitosas según la Superintendencia de Sociedades:

Cuadro 1. Listado de empresas expendedoras de alimentos más exitosas

Empresa	Ventas
1. Sodexho Colombia S.A.	\$203.296 millones
2. I.R.C.C. Industria de Restaurantes Casuales (El Corral)	\$141.655 millones
3. Proveemos S.A.	\$107.651 millones.
4. Crepes & Waffles S.A.	\$ 96.226 millones.
5. Compañía Comercial e Industrial La Sabana Avezo, S.A.	\$ 91.440 millones

Fuente: Superintendencia de Sociedades

El sector de alimentos es fuerte generador de valor agregado y fuente importante de empleo en diferentes establecimientos.

⁸ REVISTA LA BARRA. Proyecciones 2009. Informe Ejecutivo de la Industria Gastronómica. Disponible en Internet: <http://www.revistalabarra.com.co/proyecciones>.

El crecimiento del sector da muchas oportunidades para iniciar un negocio, pero es claro que los clientes en este momento son más exigentes debido a la cantidad de información que pueden manejar. Es preciso mejorar e innovar en los servicios y productos constantemente⁹.

La percepción del sector es que los cambios culturales actuales han tenido un impacto positivo en el comer por fuera. De esta forma, el consumo en restaurantes no decrecerá. El ritmo de vida actual y la participación de la mujer en el ingreso familiar es evidente que hoy existen menos madres cocinando en casa, han replanteado el consumo en restaurantes como una necesidad. La tendencia no se detendrá dado que entre más se ajusten los consumidores al ritmo de vida de los países desarrollados, más irreversible se harán estos cambios.

Los restaurantes son cada vez más competitivos y hoy hablamos de maridajes, de arquitectura, de desarrollo en distintos ámbitos; se han conjugado la oferta de los dueños con la demanda de los comensales, en pro de este crecimiento. El clima económico reciente ha sido muy positivo pero a ello hay que sumarle las respuestas de los empresarios para suplir una incipiente demanda de mercado. Hay inversiones importantes y el sector está más competitivo. Hoy en día, es más claro que montar un restaurante requiere de conocer el negocio, tener cierta técnica, y la gente cada vez es más profesional en ese sentido. Colombia tiene mucho potencial pero se requiere creatividad de los empresarios, capacidad de respuesta ante los nuevos retos que propone una crisis de alimentos mundial y una creciente inflación¹⁰.

⁹ AGROINDUSTRIA. Disponible en Internet: <http://www.iica.iica.int/colombia/iica/anexos/agroindustria>

¹⁰ REVISTA LA BARRA. Proyecciones 2009. Informe Ejecutivo de la Industria Gastronómica. Disponible en Internet: <http://www.revistalabarra.com.co/proyecciones>.

1.2.1 Tendencias. Los menús saludables del segmento casual serán la tendencia de mayor impacto. Sándwiches, ensaladas y bebidas funcionales aumentarán su oferta, de la misma manera que los restaurantes de tema con variados menús igualmente saludables serán el tipo de establecimiento que marque la pauta. La innovación en los platos y la arquitectura será la premisa que persigan los empresarios, e internacionalizar la cocina colombiana será el principal reto para todo el país¹¹.

1.2.2 ¿Qué tendencia alimenticia marcará la pauta? Indudablemente se está gestando un gran vuelco hacia la comida saludable, específicamente cuando de comer por fuera se trata. Hoy en día, y a diferencia de hace algunos años, comer por fuera es también sinónimo de alimentarse sanamente. Existe una preocupación actual por balancear los menús y conocer las propiedades de los alimentos y las bebidas, en la cual los estudios médicos están jugando un papel determinante. De igual forma, la publicidad y los medios masivos están bombardeando a los consumidores con productos, programas, documentales y estilos de vida que favorecen la salud y la longevidad de los seres humanos.

1.2.3 Almuerzos saludables. El consumidor actual busca innovación y productos saludables. De allí que exista una gran tendencia mundial hacia la comida sin preservativos y baja en grasas, los jugos naturales y las bebidas funcionales. Sin embargo, al consumidor colombiano le tomará tiempo seguir volcándose hacia menús más favorables a la misma velocidad que el resto del planeta, a pesar de que la conciencia sobre una alimentación apropiada ha estado creciendo gradualmente. La oferta gastronómica de los restaurantes será un elemento que juegue a favor de empujar esta preferencia, para lo cual es necesario analizar los hábitos de los comensales, por encima de los factores mercadotécnicos que inciden en este tipo de alimentación.

¹¹ REVISTA LA BARRA. Proyecciones 2009. Informe Ejecutivo de la Industria Gastronómica. Disponible en Internet: <http://www.revistalabarra.com.co/proyecciones>.

1.2.4 Los segmentos más saludables

- **Sándwiches y ensaladas:** este segmento es uno de los que mejor se perfila como producto saludable. Ofertas como las de los restaurantes Subway y Clown's Deli, integran ingredientes naturales entre gran variedad de verduras, carnes y aderezos.
- **Restaurantes vegetarianos:** su participación en el mercado es pequeña pero siempre han sido la opción más saludable. No obstante, el consumidor no está dispuesto a replantear su paladar tan fácilmente, y el mercado de este menú pertenecerá aún a un grupo limitado de comensales.
- **Bebidas:** aromáticas, de productos naturales y provenientes de las plantas o frutas.

1.2.5 ¿Cuáles serán los formatos exitosos? La gente quiere tener personalidad propia en su negocio. De este modo, la tendencia de apertura de los restaurantes de tema, con menús específicos y saludables, será el tipo de establecimiento que tenga mayor acogida entre los comensales. La personalización y la especialización de los platos y productos serán los aspectos más importantes para lograr el éxito en esta nueva tendencia, dado el ritmo de vida actual. Los hábitos, y factores como el desplazamiento y las distancias, han replanteado el concepto de "comer por fuera".

1.2.6 Panorama del sector. La siguiente información corresponde al informe Proyección 2009 de la revista la barra¹².

¹² REVISTA LA BARRA. Proyecciones 2009. Informe Ejecutivo de la Industria Gastronómica. Disponible en Internet: <http://www.revistalabarra.com.co/proyecciones>.

Realizó una encuesta en 2009 a 145 restaurantes a nivel nacional, sobre cómo perciben el sector en un año, y estos fueron los resultados:

- **Cifras clave del sector restaurante**

Aporte al PIB **2%**

Crecimiento **5,95%**

Empleos legales **300.000**

Inflación **7,52%**

Establecimientos legales **37.479**

Mercado potencial institucional **1,7** mil millones

Ha habido un proceso reciente en el que el sector se está fortaleciendo, está creciendo, estamos avanzando. Los restaurantes son cada vez más competitivos y hoy hablamos de maridajes, de arquitectura, de desarrollo en distintos ámbitos; se han conjugado la oferta de los dueños con la demanda de los comensales, en pro de este crecimiento. El clima económico reciente ha sido muy positivo pero a ello hay que sumarle las respuestas de los empresarios para suplir una incipiente demanda de mercado. Hay inversiones importantes y el sector está más competitivo. Hoy en día, es más claro que montar un restaurante requiere de conocer el negocio, tener cierta técnica, y la gente cada vez es más profesional en ese sentido. Colombia tiene mucho potencial pero se requiere creatividad de los empresarios, capacidad de respuesta ante los nuevos retos que propone una crisis de alimentos mundial y una creciente inflación¹³.

1.3 ASPECTOS TÉCNICOS DE LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE

1.3.1 Alimentación y salud. La alimentación es una necesidad básica y primordial en todo individuo; de ella depende la estabilidad emocional, intelectual, corporal y demás componentes que permiten que el ser humano sea racional. Desde el

¹³ REVISTA LA BARRA. Proyecciones 2009. Informe Ejecutivo de la Industria Gastronómica. Disponible en Internet: <http://www.revistalabarra.com.co/proyecciones>.

nacimiento, en toda persona la alimentación es su prioridad, ésta es parte importante del proceso de socialización del bebé, el cual comprende desde que éste se alimenta del seno materno, hasta la etapa en donde el pequeño comparte los alimentos con el resto de la familia. La alimentación del bebé varía de acuerdo a las diferentes etapas del crecimiento y desarrollo, durante las cuales se van incrementando, en forma paulatina las exigencias nutricionales. De acuerdo a las prácticas modernas de nutrición infantil, es imposible introducir y producir alimentos complementarios a la leche tan pronto como el bebé necesite de calorías adicionales, más por su desarrollo físico, que por su edad cronológica¹⁴.

Indudablemente se está gestando un gran vuelco hacia la comida saludable, específicamente cuando de comer por fuera se trata. Hoy en día, y a diferencia de hace algunos años, comer por fuera es también sinónimo de alimentarse sanamente. Existe una preocupación actual por balancear los menús y conocer las propiedades de los alimentos y las bebidas, en la cual los estudios médicos están jugando un papel determinante. De igual forma, la publicidad y los medios masivos están bombardeando a los consumidores con productos, programas, documentales y estilos de vida que favorecen la salud y la longevidad de los seres humanos.

En el campo de la alimentación saludable, surge como alternativa de prevención o control de enfermedades crónicas la Dietoterapia, la cual ha sido considerada por algunos investigadores como “el arte de curar a través de los alimentos”, y ha sido definida como la rama de la medicina que se encarga de los regímenes de alimentación en personas enfermas, por medio de la cual se trata de lograr una recuperación o mejora de la salud. Esta ciencia que al parecer surgió en China, tiene como objetivos principales precisamente la prevención de las enfermedades y disfunciones.

¹⁴ ALIMENTACIÓN GERBER. O.M.S. y FAO, Revista 56, 1993.

Para lograr tal objetivo, la alimentación de cada cual depende de la naturaleza de la persona en el momento concreto. En otras palabras, las dietas terapéuticas deben ser personales y dependen de la situación médica y cultura alimentaría concretas del paciente. Con lo cual, esta alternativa ha resultado eficaz en el tratamiento de diversas enfermedades y en la corrección de los factores de riesgo. Por medio de ésta, miles de pacientes que han sido diagnosticados de enfermedades crónicas han encontrado una solución satisfactoria y práctica a una situación que además de cambiarles radicalmente su vida los ha hecho pensar y creer que su vida cada vez se hace más corta. Por medio de esta, han logrado salir adelante, volver a “vivir” y tener confianza en sí mismos¹⁵.

En el Departamento de Santander, aún a pesar de que la Secretaría de Salud y del Ambiente ha desarrollado programas de restaurantes saludables que han permitido capacitar a un buen número de establecimientos de la ciudad de Bucaramanga para ofrecer este tipo de servicio, se observa que dentro de este marco, no existe oferta considerable de alimentación saludable¹⁶.

La obesidad es una enfermedad crónica que constituye en la actualidad un problema de salud pública. Las consecuencias de este padecimiento son muy diversas: entre las físicas destacan la diabetes, la hipertensión arterial, el aumento de las posibilidades de sufrir un infarto al corazón o un derrame cerebral y, para las mujeres, un incremento en el riesgo de contraer cáncer de mama; así mismo, el sobrepeso conlleva una serie de implicaciones sicosociales como la depresión, la ansiedad y la baja autoestima de quien la padece¹⁷.

¹⁵ DIETOTERAPIA. Disponible en Internet: <http://www.es.geocities.com/medinatural2ya/webcas/dietoterapia.htm>

¹⁶ BUCARAMANGA. SECRETARÍA DE SALUD Y DEL AMBIENTE. Programas de restaurantes saludables. Disponible en Internet: http://www.bucaramanga.gov.co/programa.asp?cod_pro=4

¹⁷ DEL CASTILLO, Sara Eloisa. Nutrición y vida. Casa Editorial El Tiempo / Periódico HOY.

En Colombia la ley 1355 de 2009 estableció la obesidad como problema de salud pública y dispuso regulaciones en lo que tiene que ver con el etiquetado de alimentos. En consecuencia, las etiquetas en adelante deben informar sobre los ingredientes y el contenido calórico de los mismos para que la gente sepa de qué forma se está alimentando. Y aunque dicha Ley no especifica nada para la comida ofrecida por restaurantes, está claro que la obesidad es un grave problema que hay que tener en cuenta en este tipo de empresas¹⁸.

Estudios experimentales realizados por la escuela de Nutrición y Dietética de la UIS, al comparar el patrón de consumo de alimentos de los años 2.002-2.003 con el patrón de consumo del año 1.998, encontraron disminuciones significativas en el consumo de vegetales (60% en hombres y 20% en mujeres) y frutas (30% en hombres y 16 % en mujeres)¹⁹.

La encuesta nacional de demografía y salud de 2005 reporta que el 46% de la población adulta en nuestro país padece de sobrepeso y obesidad, situación preocupante cuanto por un lado hablamos de promover hábitos alimentarios saludables y por el otro se encuentra un creciente comercio y aumento del consumo de la comida chatarra. Hoy en día, y a diferencia de hace algunos años, comer por fuera es también sinónimo de alimentarse sanamente. Existe una preocupación actual por balancear los menús y conocer las propiedades de los alimentos y las bebidas, en la cual los estudios médicos están jugando un papel determinante. De igual forma, la publicidad y los medios masivos están bombardeando a los consumidores con productos, programas, documentales y estilos de vida que favorecen la salud y la longevidad de los seres humanos²⁰.

¹⁸ COLOMBIA. MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL. Ley 1355 de 2009.

¹⁹ REVISTA LA BARRA. Proyecciones 2009. Informe Ejecutivo de la Industria Gastronómica. Disponible en Internet: <http://www.revistalabarra.com.co/proyecciones>

²⁰ DEL CASTILLO, Sara Eloisa. Nutrición y vida. Casa Editorial El Tiempo / Periódico HOY.

1.3.2 Tendencias saludables

1.3.2.1 La fibra. Antes se decía que era "puro bagazo", pero lo cierto es que la fibra vegetal es necesaria para lograr el equilibrio alimentario. Beneficia al aparato digestivo, ayuda a prevenir el estreñimiento y reduce el riesgo de sufrir hemorroides; además, tal vez la fibra ayude a prevenir ciertos cánceres y otras enfermedades del aparato digestivo.

La fibra es parte de los alimentos de origen vegetal que el estómago del hombre no puede digerir, y cuya digestión se realiza solo parcialmente en el intestino. Existen varios tipos de fibra, y para aprovecharlos todos hay que comer muy diversos alimentos; en general, casi toda la fibra que comemos produce de los cereales enteros, las frutas y las verduras (sobre todo, la piel de estas). Muchos especialistas aconsejan comer todos los días de 25 a 35 gramos de fibra. Dependiendo de la complexión de la persona: la mejor forma de conseguirlo consiste en comer varias veces al día alimentos que la contengan en abundancia. Los complementos de fibra sola no reportan ninguna ventaja y es preferible evitarlos, a menos que el médico los haya prescrito. Todos los expertos concuerdan en que la mayoría de las personas necesitan comer menos grasas, menos sodio y menos azúcar.

1.3.2.2 Menos azúcar. Es muy común el comer azúcar en exceso; en su mayor parte, se trata de la sacarosa, es decir, del azúcar que en todos los hogares llena los azucareras y cuya ingestión es fácil medir. Pero también se ingiere una buena cantidad de edulcorantes "ocultos" en muy diversos alimentos; los fabricantes de comestibles no pierden de vista que a casi todo el mundo le gustan los sabores dulces, y por eso los alimentos procesados tienden a contener mucha azúcar, no solo se trata de los productos más obvios, tales como las mermeladas, cajetas, galletas, pasteles, helados, jarabes, refrescos y cereales, sino también de las frutas y verduras en conserva y de las sopas, salsas y jugos enlatados.

Para estar sano no se necesita comer azúcar, pues la glucosa que el organismo requiere la obtiene de muchos otros carbohidratos. Además, la mayoría de los comestibles hechos a base de azúcar tienen muchísimas calorías pero, si a caso, muy pocas vitaminas y minerales mientras que los alimentos naturales ricos en azúcar suelen contener otros nutrientes. Por último, hay que recordar que los dulces, chocolates y chiclosos impregnan la boca durante mucho tiempo y provocan caries²¹.

1.3.2.3 Menos sodio. Se considera que la indigestión de sodio debe restringirse de un margen de 1100 a 3300 mg diarios, aun que los organismos no necesitan más de 200 mg al día; no obstante, muchas personas ingieren hasta 7000 mg, lo cual no les reporta ningún beneficio y, en cambio, las expone a los riesgos de la hipertensión, lo más sensato es que todo mundo pudiera reducir la ingestión de sodio.

No es lo mismo la sal que el sodio; la sal de mesa es cloruro de sodio y, por eso, se compone de 40% de sodio. Esta forma parte de muchos alimentos naturales y es añadido a muchos comestibles y bebidas procesados; algunos medicamentos son muy comunes, como ciertos analgésicos, antiácidos y laxantes, lo contienen en gran cantidad alrededor de un tercio de sodio que cada persona ingiere proviene de la sal que se añade a los alimentos en la cocina y en la mesa; hasta 50% proviene de los alimentos procesados, y el resto, de los alimentos naturales. La forma más sencilla de reducir la ingestión de sodio consiste en poner menos sal a la comida y el comer menos alimentos procesados.

Como en gustos no hay nada escrito, lo que para una persona es salado resulta insípido para otra, pero en el fondo se trata de una cuestión de costumbre y, por

²¹ DEL CASTILLO, Sara Eloisa. Nutrición y vida. Casa Editorial El Tiempo / Periódico HOY

fortuna, sobre todo si al cocinar se utilizan hierbas aromáticas, toma muy poco tiempo habituarse a comer menos sal²².

1.3.2.4 Menos grasa. Son muchos los cardiólogos y cancerólogos que aconsejan que las calorías proporcionadas por las grasas no excedan del 30% del total que se obtiene en los alimentos. Por ejemplo, si una persona ingiere 2500 calorías diarias, lo óptimo es que coma unos 83 gr. de grasas, o el equivalente a siete cucharadas de mantequilla; si ingiere 2000 calorías diarias; no debe de comer mas de 67 gr. de grasa, y si solo ingiere 1500 calorías, su ingestión de grasa debe reducirse ha unos 55 gr. de mantequilla.

Para lograrlo no se necesita dejar de comer ciertos alimentos que, por cierto, pueden ser precisamente los más apetitosos, sino comerlos con menos frecuencia y con menos cantidad.

Pero al reducir la ingestión de grasas, deberá aumentar proporcionalmente la cantidad de calorías que se obtiene de los carbohidratos complejos, como los contenidos en comestibles de harinas integrales y en los cereales, verduras u frutas, que además de energías aportan diversos nutrientes y fibra vegetal²³.

1.3.2.5 Concepto de alimentación equilibrada. Una dieta cuantitativamente es correcta cuando aporta la energía adecuada, permite el mantenimiento o consecución del peso ideal y aporta todas las vitaminas y minerales en cantidades no inferiores a 2/3 de las aportes dietéticos recomendados (RDA). Las dietas hipocalóricas por debajo de 1500 calorías no lo garantizan.

²² SALUD, DIETA Y VIDA SANA. Disponible en Internet: <http://www.es.answers.yahoo.com>.

²³ DEL CASTILLO, Sara Eloisa. Nutrición y vida. Casa Editorial El Tiempo / Periódico HOY.

Los nutrientes son las sustancias que componen los alimentos. Nutrientes esenciales son aquellos que el organismo no puede sintetizar a partir de otros y, por tanto, depende absolutamente de su ingesta en los alimentos.

Los nutrientes que aportan energía son llamados nutrientes energéticos o macronutrientes:

- Proteínas.
- Grasas.
- Carbohidratos.

Expresada en términos de Kilocalorías estos tres nutrientes aportan la siguiente energía:

- 1 g de proteínas, 4 Kcal.
- 1g de grasa, 9 Kcal.
- 1g de hidratos de carbono, 3,75 Kcal.
- 1 g de alcohol, 7 Kcal

La distribución porcentual de los macronutrientes en la dieta equilibrada es la siguiente:

- 50- 55 % de carbohidratos.
- 30-35% de grasas (15-20 % monoinsaturadas).
- 10-15 % de proteínas.

En el manejo de la obesidad estos porcentajes se mantienen en la misma proporción. Solo en algunas ocasiones se modifican estos porcentajes cuando por ejemplo hay morbilidades asociadas a la obesidad (síndrome metabólico, diabetes, dislipemia). En este caso se modifican en función de aquella patología que predomine. Por ejemplo en el caso de diabetes se disminuyen los hidratos de carbono y se aumentan las proteínas, aunque siempre con moderación en

previsión de la posible nefropatía diabética. En el caso de dislipemia disminuyendo los lípidos, etc.²⁴.

1.3.2.6 Requerimientos calóricos. Las personas de distintos grupos requieren diariamente una cantidad distinta de calorías. Por ejemplo, un atleta adulto necesitará un consumo mayor de calorías que un niño de tres años moderadamente activo²⁵.

Cuadro 2. Requerimiento calórico apropiado de acuerdo con su edad, sexo y nivel de actividad

Género	Edad (años)	Sedentario	Moderadamente activo	Activo
Niño	02-02	1000 calorías	1000-1400* calorías	1000-1400* calorías
Mujer	04-08	1200 calorías	1400-1600 calorías	1400-1800 calorías
Hombre	09-03	1600 calorías	1600-2000 calorías	1800-2200 calorías
	14-18	1800 calorías	2000 calorías	2400 calorías
	19-30	2000 calorías	2000-2200 calorías	2400 calorías
	31-50	1800 calorías	2000 calorías	2200 calorías
	51+	1600 calorías	1800 calorías	2000-2200 calorías
	04-08	1400 calorías	1400-1600 calorías	1600-2000 calorías
Hombre	09-13	1800 calorías	1.800-2200 calorías	2000-2600 calorías
	14-18	2200 calorías	2400-2800 calorías	2800-3200 calorías
	19-30	2400 calorías	2600-2800 calorías	3000 calorías
	31-50	2200 calorías	2400-2600 calorías	2800-3000 calorías
	51+	2000 calorías	2200-2400 calorías	2400-2800 calorías

Fuente: DEL CASTILLO, Sara Eloisa. Nutrición y vida. Casa Editorial El Tiempo / Periódico HOY.

* Los rangos de calorías mostrados reflejan los requerimientos de las distintas edades dentro del grupo. Los niños y los adolescentes requieren más calorías a medida que crecen. Sin embargo, los adultos requieren menos calorías en las edades avanzadas.

²⁴ SALUD, DIETA Y VIDA SANA. Disponible en Internet: <http://www.es.answers.yahoo.com>.

²⁵ DEL CASTILLO, Sara Eloisa. Nutrición y vida. Casa Editorial El Tiempo / Periódico HOY.

Los siguientes términos se usan en el cuadro y están definidos por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos de América (US Department of Agriculture):

- **Sedentario:** un estilo de vida que incluye actividad que solo se asocia con las actividades de la vida diaria.
- **Moderadamente activo:** un estilo de vida que incluye actividad física equivalente a caminar entre 1,5 y 3,0 millas (2,41 y 4,82 km) al día.
- **Activo:** un estilo de vida que incluye actividad física equivalente a caminar más de 3,0 millas (4,82 km) al día.

Cuadro 3. Recomendaciones del consumo diario de calorías y nutrientes para la población colombiana²⁶

Edad y Sexo	Peso Promedio (Kg.)	Kcalorías Promedio
1-9 Años (niños y niñas)	18	1568
10-17 años (mujeres)	47	2150
10-17 años (hombres)	51	2640
18-59 años (mujeres)	55	2166
18-59 años (hombres)	65	2900
60-75 y + (mujeres)	65	1800
60-75 y + (hombres)	55	2400

Fuente: INSTITUTO COLOMBIANO DE BIENESTAR FAMILIAR. Recomendaciones del consumo diario de calorías y nutrientes para la población colombiana. Disponible en Internet: <https://www.icbf.gov.co>

Se tomaron “Las recomendaciones diarias de calorías y nutrientes para la población colombiana” ICBF 1988, como la base para establecer el aporte

²⁶ INSTITUTO COLOMBIANO DE BIENESTAR FAMILIAR. Decide. Disponible en Internet: <https://www.icbf.gov.co/icbf/directorio/portel/libreria/php/decide.php?patron=03>

calórico (kilocalorías), de macronutrientes (proteína, carbohidratos y grasas) y de micronutrientes (vitaminas y minerales), de los almuerzos saludables ofrecidos, los cuales se calcularon tomando el promedio ponderado para la población adulta de 18-59 años.

Aporte nutricional: el porcentaje y el aporte mínimo de energía y nutrientes según el tiempo de comida es el siguiente:

Almuerzo: debe aportar entre el 30-35% de las recomendaciones diarias de energía y nutrientes según el grupo de edad (niños, adultos o ancianos).

Para una alimentación equilibrada o balanceada se recomienda la distribución del valor calórico total o rango aceptable de distribución de macronutrientes (AMDR) para un almuerzo saludable en los siguientes rangos:

Cuadro 4. Distribución del valor calórico total o rango aceptable de distribución de macronutrientes

Macronutriente	Rangos de distribución porcentual
Proteína	10-12% de la energía total.
Grasa	15-30% de la energía total y < de 300 mg/ día de colesterol.
Carbohidratos	55-75% de la energía total

Fuente: DEL CASTILLO, Sara Eloisa. Nutrición y vida. Casa Editorial El Tiempo / Periódico HOY.

El siguiente cuadro presenta el aporte mínimo de energía para un almuerzo saludable para el grupo de población adulta (18-59 años), diferenciado por sexo, los restantes nutrientes (carbohidratos, grasas y proteínas) se calculan en base al aporte de energía.

Cuadro 5. Aporte mínimo de energía (kcalorías) y distribución del valor calórico total para un almuerzo saludable

Nivel/grupo etareo	Aporte mínimo de energía (kcalorías) y distribución del valor calórico total para un almuerzo saludable			
	Kcalorías	Proteínas (12%)	Carbohidratos (66%)	Grasas 22%
Adultos (mujeres)	758	91	500	167
Adultos (hombres)	1015	122	670	223

Fuente: DEL CASTILLO, Sara Eloisa. Nutrición y vida. Casa Editorial El Tiempo / Periódico HOY.

A continuación se da un ejemplo de cómo calcular la distribución del valor calórico total en los macronutrientes (proteínas, carbohidratos y grasas) para un almuerzo saludable de 1015 calorías²⁷

$$\begin{array}{l}
 \text{Pr oteínas} \quad \frac{1015 * 12}{100} = 122 \text{ calorías} \quad 12\% \\
 \\
 \text{Grasas} \quad \frac{1015 * 22}{100} = 223 \text{ calorías} \quad 22\% \\
 \\
 \text{Carbohidratos} \quad \frac{1015 * 66}{100} = 670 \text{ calorías} \quad 66\%
 \end{array}$$

Para convertir la cantidad de calorías de cada macronutriente en gramos se hace la siguiente operación:

$$\begin{array}{l}
 \text{Pr oteínas :} \quad \frac{122}{4} = 30,5 \text{ gramos} \\
 \\
 \text{Grasas :} \quad \frac{223}{9} = 24,7 \text{ gramos}
 \end{array}$$

²⁷ NUTRICIÓN Y DIETÉTICA. Guía infancia. Disponible en Internet: www.uned.es/pea-nutricion-y-dietetica-l/guia/infancia/prep_menus.htm

Carbohidratos : $\frac{670}{4} = 30,5 \text{ gramos}$

Los carbohidratos y las proteínas se dividen entre 4 y las grasas entre 9. La razón es la que se señaló anteriormente: un gramo de grasa produce nueve calorías, en cambio un gramo de carbohidratos o un gramo de proteínas produce cuatro calorías; cabe aclarar que estos valores no corresponden a cantidades en gramos de un alimento ni tampoco me dan tamaños de porción, por ejemplo, la proteínas corresponden a 30,5 gramos, esto no se refiere a 30,5 gramos de carne, sino a 30,5 gramos totales de proteína para un almuerzo con 1015 calorías, es decir que la proteína está repartida en todos los alimentos, ya que todos (granos, papa, yuca, arroz, plátano, pastas) contienen un porcentaje variable contribuyendo a la proteína total (30,5 gr.), siendo la proteína animal (carne) la que mayor aporte proteico realiza al almuerzo.

1.4 CONTEXTO GEOGRÁFICO

El Restaurante de alimentación saludable busca ingresar al mercado para ofrecer almuerzos de en el sector ubicado entre las Calle 56 Carrera 27 y Carrera 36 zona de Cabecera de la ciudad de Bucaramanga.

Bucaramanga es una ciudad colombiana, capital del departamento de Santander a orillas del Río de Oro. Está ubicada en la Cordillera Oriental, rama de la Cordillera de los Andes. Su población asciende a los 616.512 habitantes, sin embargo con los municipios metropolitanos esta cifra crece considerablemente. Dista a 400 Km de Bogotá, la capital del país . Por ser la capital del departamento de Santander, Bucaramanga alberga las sedes de la Gobernación de Santander, la Asamblea Departamental, la sede seccional de la Fiscalía y el Área Metropolitana de Bucaramanga.

Grafico 2. Zonas de la ciudad de Bucaramanga²⁸



1.4.1 Demografía del área metropolitana. En el año 2005 el DANE con el censo realizado y con datos recientes entregados por la entidad Área Metropolitana de Bucaramanga se estimó que la población de Bucaramanga es de 716.512²⁹ habitantes.

Del total de la población de Bucaramanga según el DANE se presenta lo siguiente:

- El 46,8% son hombres
- El 53,2% mujeres.
- El promedio de personas por hogar es de 3,6%.
- Viven en unión libre. 46.3% son solteros. 26,7% son casados 5,8% son separados y el 4.6% restante son viudos.

Barrios: Cabecera del Llano, Sotomayor, Antiguo Campestre, Bolarquí, Mercedes, Puerta del Sol, Conucos, El Jardín, Pan de Azúcar, Los Cedros, Terrazas, La Floresta³⁰.

²⁸ COLOMBIA. DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA –DANE. Geoestadística.

²⁹ DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA DANE. Censo General 2005. Perfil Bucaramanga-Santander. Disponible en Internet: <http://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/santander/bucaramanga.pdf>. [Consultado el 27 de enero 2010].

³⁰ BUCARAMANGA. Datos. Disponible en Internet: <http://www.bucaramanga.gov.co/datos.asp>

Las características de la zona de Cabecera del Llano es un sector conocido como comercial se destaca por la gran cantidad de oficinas, locales comerciales, clínicas, restaurantes, EPS, entre otros; pero hay lugares donde es ocupado por casas y apartamentos. También trabajan personas que viven en los diferentes municipios del Área Metropolitana (Piedecuesta, Girón, Floridablanca y Rio Negro) que trabajan en oficinas o empresas o ambulantes, como también continuamente hay mucho transeunte por ser zona comercial, esto implicando que muchos y por las diferentes situaciones almuerzan en restaurantes del sector.

Grafico 3. Mapa de la ubicación del restaurante



Fuente: MAPAS GOOGLE. Disponible en Internet: http://maps.google.com/staticmap?center=7.113237,73.108200&zoom=16&size=630x302&markers=7.113237,-73.108200&key=ABQIAAAo3UXqqzrzJT2zSaGys6XVhTWffeIK3qmWMOv7LzIcl7uKNbmHRTtoOEIdhexiDaT5cPsOml12Pt_eOg&sensor=false&format=jpg

1.5 ASPECTOS LEGALES

Las leyes, normas, artículos y normas que rigen este sector de investigación y que deben cumplirse, son:

- **Artículo 2º. Ley 232/95 Matrícula mercantil.** Todo comerciante debe efectuar La matrícula ante la respectiva Cámara de Comercio de la ciudad.
- **Artículos del 98 al 444 Código de Comercio.** Este código es de suma importancia porque ahí se encuentra los derechos y los deberes de los comerciantes.
- **La Ley 152/94 Plan de Ordenamiento Territorial.** Es donde se puede establecer el lugar de funcionamiento de la Empresa de acuerdo con su cobertura territorial y para efectos de establecer sus características generales e impacto y definir criterios de manejo.
- **Artículo 78 de la Constitución Nacional.** La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización.
- **Ley 50 Código Sustantivo de Trabajo.** Con el firme propósito de cumplir lo estipulado en la ley en su código sustantivo de trabajo, se aplica la ley 50 donde el empleador y el trabajador pueden convenir libremente el salario en sus diversas modalidades como por unidad de tiempo, por obra, o a destajo y por tarea, etc. Pero siempre respetando el salario mínimo legal o el fijado en los pactos, convenciones colectivas y fallos arbitrales.
- **Ley 09 de Enero 24 de 1979.** Esta ley se necesita para conocer las medidas sanitarias que se deben tomar cuando se crea una empresa, además del cuidado el medio ambiente, la seguridad industrial y la forma en que se debe llevar la estructura de las edificaciones.
- **Norma NTC-HACCP.** Asegura que los procesos se desarrollen dentro de los límites que garantizan que los productos sean inocuos.

- **Norma NTC-ISO22000.** Las empresas de cadena alimentaria tienen la capacidad para controlar los peligros que puedan afectar la inocuidad.
- **Buenas Prácticas de Manufacturas (BPM).** Aseguran que las condiciones de manipulación y elaboración protejan a los alimentos del contacto con los peligros y la proliferación, en ellos, de agentes patógenos.
- **Ministerio de Salud, Decreto 60 del 18 de enero de 2002.** Promueve la aplicación del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico Haccp, como Sistema o Método de Aseguramiento de la Inocuidad de los Alimentos y establece el procedimiento de certificación al respecto.
- **Ley Mipyme o 590 del 10 de Julio / 2000 y ley 905 del 2 Agosto/2004.** Ley por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo, fomento, creación y funcionamiento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.
- **Decreto 3075 de diciembre 23 de 1997.** Establece las normas sobre sanidad, higiene control de calidad y en el capítulo III se dictan las normas sobre la capacitación al personal Manipulador de Alimento.
- **Estatuto Tributario Decreto 624 de 1989.** Indica los trámites de los contribuyentes con respecto a la presentación de RUT, retención en la fuente, IVA, declaración de renta y documentos necesarios para cancelación de rentas o ganancias.
- **Ley 1355 de 2009 1/10 Diario Oficial (octubre 14).** Por medio de la cual se define la obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles asociadas a ésta como una prioridad de salud pública y se adoptan medidas para su control, atención y prevención.

- **Ley 256 de 1996 Sobre la Competencia Desleal**

Capítulo I.

Disposiciones generales

Artículo 3o. **Ámbito subjetivo de aplicación.** Esta Ley se le aplicará tanto a los comerciantes como a cualesquiera otros participantes en el mercado.

Artículo 4o. **Ámbito territorial de aplicación.** Esta ley se le aplicará los actos de competencia desleal cuyos efectos principales tengan lugar o estén llamados a tenerlos en el mercado colombiano.

Artículo 6o. **Interpretación.** Esta Ley deberá interpretarse de acuerdo con los principios constitucionales de actividad económica e iniciativa privada libres dentro de los límites del bien común; y competencia económica y libre y leal pero responsable.

Capítulo II.

Actos de competencia desleal

Artículo 8o. **Actos de desviación de la clientela.** Se considera desleal toda conducta que tenga como objeto o como efecto desviar la clientela de la actividad, prestaciones mercantiles o establecimientos ajenos, siempre que sea contraria a las sanas costumbres mercantiles o a los usos honestos en materia industrial o comercial.

- **Decreto 586 de 1983.** Por medio del cual se crea un Comité Nacional de Salud Ocupacional, con carácter permanente para contribuir en el diseño, coordinación, asesoría, estudio, programas, políticas de salud ocupacional.

- **Decreto 614 de 1984 en sus artículos 28, 29 y 30,** los patronos y empleados están obligados a adelantar programas de salud ocupacional, velare por la salud y seguridad de los trabajadores a su cargo y responder por la ejecución del programa permanente de salud ocupacional en los lugares de trabajo.

- **Leyes 550 de 1999 y 1116 de 2006** sobre la Reactivación Empresarial.
- **Ley 677 de 2001** aplicable a toda empresa que opere de manera permanente en el territorio Nacional, de carácter Privado, Público o de Economía mixta.
- **Ley 216 de 2003** que apoya la Industria Nacional a través de la Contratación Pública.
- **Ley 963 de 2005** de Estabilidad Jurídica para inversionistas en Colombia.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 General. Realizar un estudio de mercados mediante la obtención de información primaria y secundaria que permita caracterizar las variables de mercadotecnia necesarias para la creación de un restaurante de almuerzo saludable “Bucare” en la ciudad de Bucaramanga.

2.1.2 Específicos

-Recolectar información sobre la demanda mediante la aplicación de un instrumento que permita identificar preferencias y características necesarias para conocer el comportamiento e identificar las estrategias para dar solución a las necesidades del sector.

-Realizar un análisis sobre la oferta mediante la obtención de información que permita determinar las fortalezas y debilidades de los oferentes del servicio y así evaluar su nivel de competitividad en el sector.

-Analizar y determinar el perfil del cliente por medio del cruce de variables sobre la información recolectada para ofrecerle un producto que se ajuste a sus necesidades.

-Determinar los precios del mercado haciendo un análisis sobre los sistemas de fijación de precios existentes con el fin de ofrecer un precio altamente competitivo y conveniente para el cliente.

-Identificar el canal de distribución más adecuado para el servicio mediante una selección creativa e innovadora sobre los canales actuales empleados.

-Conocer el comportamiento de la plaza evaluando históricamente sus tendencias para identificar estacionalidades y respuestas a las diferentes tendencias del sector.

-Seleccionar la mejor estrategia de publicidad a través del análisis sobre la respuesta emocional del cliente a los estímulos del entorno con el fin de ofrecerle una publicidad acertada que logre posicionarse en su mente.

2.2 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.2.1 Mercado potencial. Está conformado por todos los habitantes de Bucaramanga que requieren un almuerzo saludable para su alimentación diaria.

2.2.2 Mercado objetivo. Está constituido por los habitantes de la zona de Cabecera del Municipio de Bucaramanga y en general por los que requieren un almuerzo saludable.

Cuadro 6. Número de empleados por empresa

Empresa	No. Empleados	Porcentaje Participación
Galería Arte Por Arte	5	0,20%
Agencia de Viajes Nueva Era	5	0,20%
Agencia de Viajes Buen Viaje	5	0,20%
Agencia de Viajes Turoriente	6	0,24%
Agencia de Viajes Horizonte	7	0,28%
Universal de Negocios Y Turismo Ltda.	8	0,32%
Agencia de Viajes Playa Y Rumba	8	0,32%
Agencia de Viajes Turissander	9	0,36%
Agencia de Viajes Vargas Tours	10	0,40%
Agencia de Viajes Travel Mundo Tours	11	0,44%
Laboratorios La Sante	12	0,48%
Complemento	12	0,48%
Coasesores	12	0,48%
Agencia de Viajes Travesias	12	0,48%
Agencia de Viajes Aviatur	14	0,56%
Seguros Mapfre	15	0,60%
Proyectos y Servicios	15	0,60%
Jib S.A	15	0,60%
Security Systems	16	0,64%
Colombiana S.A	16	0,64%
Banco Davivienda	16	0,64%
Agencia de Viajes Santur	16	0,64%
Prago Ingeniería	18	0,72%
Incomesa	18	0,72%
Clínica Procrear	18	0,72%
Insumos Latecmi	20	0,80%
Ducki Childs Center	20	0,80%
Cooperativa de Trabajo Asociado Ltda.	20	0,80%
Arturo Calle	20	0,80%
Directorio Tel Danaranjo	22	0,88%
Notaría Octava	23	0,92%
Notaría Novena	25	1,00%
Macro Financiera S.A	25	1,00%
Yamaha	27	1,08%
Seguros La Equidad	28	1,12%
Centro Comercial 4 Etapa	28	1,12%
Lafranco S.A	30	1,20%
Prosistemas Ltda	32	1,28%
Centro Comercial 5 Etapa	32	1,28%
Elegir Ltda.	35	1,40%
Descont S.A	35	1,40%
Bancolombia	35	1,40%
Delthac1	38	1,52%
Hg Constructora	40	1,60%
Famisanar	40	1,60%
City Bank	40	1,60%
Clínica El Pinar	42	1,68%
Provec Oriente	43	1,72%
Notarías	43	1,72%
Legis S.A	45	1,80%
Laboratorios Procaps	50	2,00%
Ecopetrol- Servicios De Salud	50	2,00%
Tecnowil Ltda	58	2,32%
Saludtotal	60	2,40%
Salud Vida Eps	60	2,40%
Nueva Eps	60	2,40%
Banco de Bogotá	73	2,92%
Transcoop	90	3,60%
Coomeva	110	4,40%
Solsalud Eps	120	4,80%
Fundación Médico Preventivo	130	5,20%
Éxito	150	6,00%
Clínica Metropolitana	180	7,21%
Saludcoop	220	8,81%
Total Empleados	2498	100%

Fuente: Datos suministrados por las empresas, se realizo visita a cada una de las empresas desde 01 hasta el 15 Noviembre de 2009

2.3 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS

2.3.1 Definición, usos y especificaciones de los productos

-Definición. El almuerzo es una comida fundamental a la hora de suministrar nutrientes y energías. Sin un almuerzo adecuado disminuirán los niveles de concentración y por lo tanto empeorará el rendimiento de la persona. Un almuerzo saludable contiene nutrientes y las calorías que se necesita diariamente.

-Usos. En la actualidad el almuerzo es entendido, a veces, como un simple acto social, asociado por ejemplo a una reunión: almuerzos de trabajo o de negocios, es posible incluso un almuerzo de entrevista en el que se analiza a los candidatos de un trabajo en particular, almuerzos de encuentros entre amigos o compañeros, etc. En algunas culturas es una de las comidas principales del día. El almuerzo es una oportunidad de dar un aporte nutricional y es por esta razón por la que resulta importante observar su dimensión saludable. En la mayoría de los países el almuerzo supone una "interrupción" de las actividades laborales a mediodía y esta parada es tomada junto con el almuerzo una forma de descanso.

2.3.2 Especificaciones de los productos. Este restaurante ofrecerá almuerzos ejecutivos saludables, con una variedad de menús que contengan todos los productos que proporcionen las calorías y nutrientes necesarios para el cuerpo humano, en diferentes presentaciones para satisfacer las necesidades de los clientes.

-Carnes bajas en grasas, se ofrecerá carne de res 2 veces en la semana, carne de pescado 1 vez en la semana y carne de pollo 2 veces en la semana (las preparaciones con pollo deberán ofrecerse sin la piel).

-Leguminosas secas: 3 veces en la semana.

-Verdura caliente: 4 veces en la semana: (2) en forma de cremas de verduras y (2) en forma de tortas.

-No hay preparaciones fritas.

-Ensalada cruda en porción grande: todos los días

-Jugo de fruta natural: (1) vaso diario.

-Las preparaciones con arroz llevan: 3 veces en la semana verduras.

-Las preparaciones de proteicos/carnes: llevan 1 vez en la semana verduras calientes (cocidas) combinadas.

Valor calórico del almuerzo saludable: 886 Kcalorias, con un porcentaje de adecuación del 10%, es un almuerzo balanceado en cuanto a carbohidratos 585 Kcal, proteínas 106 Kcal, grasas 195 Kcal y micronutrientes (vitaminas, minerales, oligoelementos y fitoquímicos), para una alimentación completa, equilibrada, suficiente y adecuada a la edad adulta.

Cuadro 7. Resumen del ciclo de minutas saludables

Tiempo de comida: Almuerzo					
Preparación	Menú 1	Menú 2	Menú 3	Menú 4	Menú 5
Sopa	Plátano rallado	Crema de cebolla	Cebada	Avena	Crema de verduras
Proteico/carne	Róbalo a la plancha	Carne en bistec	Pechuga grille	Goulash (carne picada con verduras)	Pernil de pollo en finas hierbas
Cereal	Arroz con perejil	Arroz con verduras	Arroz con zanahoria	Arroz perla	Arroz con espinacas

Tiempo de comida: Almuerzo					
Preparación	Menú 1	Menú 2	Menú 3	Menú 4	Menú 5
R/t/p	Yuca al vapor	Papa al vapor	Papa salteada con apio	Papa criolla	Puré de papa
Ensalada de barra	Vinagreta	Corriente	Oriental	Verde	Mixta
Leguminosa	-	Garbanzo	Arveja amarilla	-	Arveja verde
Verdura caliente	Torta de verduras	-	-	Torta de zanahoria con naranja	-
Jugo natural	Lulo	Mora	Durazno	Guayaba	Guanábana

2.3.2.1 Beneficios de los almuerzos saludables. Para reducir las enfermedades crónicas no transmisibles (infarto agudo del miocardio, cáncer, hipertensión arterial, diabetes tipo II), la OMS (organización mundial de la salud) promociona en la población la adopción de una dieta rica en frutas, hortalizas y verduras (FHV), y con poco contenido de grasa saturada y azúcares refinados.

Según un informe del año 2002 de dicha organización, la carga atribuida a la enfermedad por el bajo consumo de FHV fue de 85% para el grupo de enfermedades cardiovasculares y de 15% para los cánceres; además estimó que un consumo suficiente de FHV salvaría a 2,7 millones de vidas.

Este efecto protector del consumo de FHV es atribuido al contenido de micronutrientes, fibra dietaria y antioxidantes como vitamina C, betacarotenos, carotenoides y flavonoides, las FHV son bajas en grasas y calorías, desplazan el consumo de azúcar, grasa y sal en la dieta contribuyendo al mantenimiento del peso corporal.

En Colombia, aunque la oferta de FHV es suficiente, el consumo es bajo, por eso la promoción de una alimentación saludable y la prevención de deficiencias de micronutrientes hacen parte de las líneas de acción de las políticas de alimentación y nutrición, en Santander, los estudios corroboran estos resultados y muestran además, un bajo nivel de preferencia por hortalizas, verduras y leguminosas (granos).

A continuación presentamos los beneficios de cada uno de los 5 menús saludables:

-Beneficios nutricionales menú día 1

- **Róbalo.** Pescado de mar, con alto contenido de omega 3 (ácidos grasos EPA y DHA), su contenido de omega 3 es de 754 mg. Por 3 ½ oz. En crudo, lo que lo convierte en un alimento terapéutico y preventivo de la enfermedad cardíaca, aliviando los dolores de la artritis reumatoidea, la osteoartritis, el asma, la psoriasis, la hipertensión, la enfermedad de Raynaud, la jaqueca, la colitis ulcerativa, ayuda a prevenir los accidentes cerebro vasculares (derrames cerebrales), contiene reconocidos agentes desinflamatorios y anticoagulantes, eleva el colesterol bueno tipo LAD (lipoproteínas de alta densidad), disminuye radicalmente los triglicéridos, tienen actividad anticancerosa especialmente contra el cáncer de colon y la diseminación del cáncer de seno.

-**Plátano verde.** Alto contenido de vitamina A (betacaroteno), con 1060 UI, constituyéndose en un alimento beneficioso el sistema inmune, los carotenos son indispensables para el buen funcionamiento de la retina y especialmente para la visión nocturna, también favorece el buen estado de la piel y de las mucosas.

-**Ensalada vinagreta y torta de verduras.** 2 preparaciones con alto contenido de verduras antioxidantes, bioflavonoides y sustancias nutritivas y desintoxicantes,

como la zanahoria, el alimento más rico en provitamina A, lo que la convierte en un verdadero alimento-medicina, mejora la visión nocturna, favorece la salud de la piel, cuando se consume crudo y sin colar aporta gran cantidad de fibra para prevenir el estreñimiento y las hemorroides, contiene sustancias activas (aceites esenciales o esencias) contra los parásitos intestinales, muy útil en las afecciones de los ojos en general, en las gastritis y en el exceso de acidez, en la colitis y como preventiva del cáncer.

-Beneficios nutricionales menú día 2

-Crema de cebolla. Alimento beneficioso para el aparato respiratorio, eficaz contra la bronquitis y el asma bronquial, tiene un alto contenido del oligoelemento azufre, combinado en el disulfuro de alilo y el tiosulfato responsables del olor típico de la cebolla y de una gran actividad medicinal. También contiene flavonoides como la quercetina que favorece la circulación sanguínea, impiden la formación de coágulos (también llamados trombos, para prevenir los infartos), e impiden que el colesterol malo se oxide (lo que evita la arteriosclerosis o taponamiento de las arterias), a estas 2 sustancias la quercetina y los compuestos azufrados se atribuyen la mayor parte de las propiedades de la cebolla: antibiótica, antiasmática, protectoras del corazón y de las arterias, diuréticas (ayudan a eliminar líquidos) y antitumoral (previene el cáncer). Contienen también muchas otras acciones como favorecedoras de los procesos digestivos, es antidiabética, ayuda a bajar los niveles de azúcar en sangre, es hipolipemiante (baja el colesterol), es mucolítica y expectorante, ayuda a disminuir el riesgo de cáncer de estómago muy común en Santander.

-Ensalada corriente. Contiene cebolla, repollo, pepino y tomate. El repollo o también llamado col es un alimento cicatrizante de las úlceras del estómago, contiene sustancias capaces de impedir la formación de tumores malignos e incluso de detener su crecimiento, las coles son en general buena fuente de

calcio, tanto por la cantidad que contienen (50 mg en 100 gr), como por la facilidad de absorción, las investigaciones muestran que el organismo absorbe mejor el calcio de las coles que el de la leche, lo cual las convierte en un alimento excelente para la osteoporosis, son flatulentas para las personas enfermas del colon (que forman demasiados gases), esto es debido a que contienen bastante fibra vegetal, por esto son laxantes y combaten el estreñimiento, útil para los obesos y personas con sobrepeso ya que producen una notable sensación de saciedad (llenura) y no tienen grasa, posee gran cantidad de vitamina C similar al de la naranja (53 mg /100gr).

-Garbanzo. Llamado también chícharo, es un alimento ideal para el hombre y la mujer modernos ya que evita el aumento del colesterol, debido a su alto contenido de fibra mejora la salud de sus arterias y evita el estreñimiento, aporta alta cantidad de vitaminas del complejo B ayudando en trastornos del sistema nervioso como irritabilidad, nerviosismo y falta de concentración, los garbanzos (chícharos) son muy recomendables para quienes padezcan de estrés o depresión nerviosa, se recomienda su uso en el embarazo por su riqueza en folatos que evita malformaciones congénitas en el feto y así como su riqueza en proteínas, hierro y otros minerales.

-Mora sus principales contenidos son la vitamina C y el potasio, las moras frescas tienen efecto laxante, ayudan a prevenir algunas infecciones de la vejiga, las enfermedades del corazón y los accidentes cerebrovasculares.

-Beneficios nutricionales menú día 3

-Cebada. Llamada también hordio o alcacer. Es un excelente alimento para el aparato digestivo, facilita la digestión, es muy bien tolerada por estómagos delicados, su uso conviene en casa de gastritis, dispepsia (mala digestión), úlcera gastroduodenal, gastroenteritis y colitis, disminuye el exceso de colesterol total y

los triglicéridos, previene la arteriosclerosis y los trastornos circulatorios, no debe faltar en la dieta de los que padecen enfermedades coronarias (corazón), presenta factores hipoglicemiantes, que favorecen la disminución del azúcar en sangre, la fibra de la cebada contribuye a evitar el estreñimiento y todas sus complicaciones incluido el cáncer de colon.

-Papa salteada con apio. la papa es llamada gran amiga del estómago, muy útil en las afecciones estomacales como hiperacidez gástrica, gastritis, úlcera de estómago, ptosis gástrica (estómago caído), neurosis gástrica, en todos los casos de digestión difícil o de estómago delicado, por supuesto es necesario cuidar de la forma de cocinar las papas (fritas o muy condimentadas) y de los alimentos que las acompañan (fritos y carnes), para que no anulen los efectos curativos de este tubérculo sobre el estómago, al ser muy bajas en sodio y grasas son muy útiles e ideales en casos de arteriosclerosis, insuficiencia cardíaca, angina de pecho, infarto e hipertensión arterial (por su alto contenido de potasio 543 mg / 100 gr), las papas alcalinizan la sangre favoreciendo la eliminación de sustancias ácidas y tóxicas, una alimentación rica en papa es muy útil en acidosis metabólica, exceso de ácido úrico, artritis úrica y cálculos urinarios, es un alimento bien tolerado por los diabéticos tipo 1 y 2.

-Durazno. Llamado también melocotón o nectarina, contiene moderadas cantidades de provitamina A, vitaminas del grupo B, vitamina C, vitamina E, potasio, magnesio, y fibra, pero con prácticamente nada de sodio y grasa, es un alimento ideal para el corazón, es beneficioso en insuficiencia cardíaca es decir de incapacidad del corazón de efectuar su función propulsora de la sangre, por su contenido de fibra vegetal soluble es un laxante suave, indicado como diurético suave, adecuado en obesidad por su capacidad de crear sensación de saciedad.

-Arveja. Llamadas también guisantes, las leguminosas en general (lentejas, arvejas, garbanzos, frijoles) son altas en proteínas, se deben combinar con un

cereal (como el arroz o maíz) para formar una proteína completa, como las de la leche o el huevo, son altas en fibra por eso son útiles en estreñimiento, para bajar el colesterol malo y los triglicéridos, ayudan a prevenir el cáncer de colon y recto, son ricas en hierro para la anemia, contienen abundante ácido fólico para las gestantes (embarazadas) y para prevenir enfermedades coronarias (del corazón).

-Beneficios nutricionales menú día 4

-Avena. es el cereal más rico en nutrientes, es muy rica en fósforo, en hierro y en tiamina (B1), es conveniente en caso de gastritis, ulcera, estreñimiento, diverticulosis, diabetes, colesterol alto y colitis (causada por microorganismos, tóxicos, medicamentos o intolerancia a ciertos medicamentos) por su riqueza en *mucilagos, fructosa y betaglucano*; el consumo de avena 1 vez al día ayuda al tratamiento y prevención de la arteriosclerosis y la hipertensión; es un alimento muy útil en casos de: nerviosismo, fatiga o agotamiento mental, insomnio, depresión nerviosa endógena o exógena, excelente para los estudiantes (especialmente en época de exámenes), es un sedante suave, equilibrador y tonificante del sistema nervioso debido a que contiene pequeñas cantidades de un alcaloide llamado *avenina*.

-Ensalada verde. Ensalada cruda con aguacate, apio en rama, arveja verde, habichuela, repollo blanco, pepino cohombro, pimentón y tomate de cocina; el aguacate llamado también palta o avocado, reduce el colesterol malo, los triglicéridos y combate la anemia (ya que el hierro que contiene se absorbe mejor que el de otros alimentos vegetales), es uno de los frutos con más bajo contenido de agua (74,2% o menos), esto indica que es un fruto concentrado, con una gran capacidad nutritiva y calórica, según la variedad puede llegar hasta 200 Kcal / 100 gr. Junto con la aceituna es uno de los alimentos más ricos en grasa (hasta 20%), sin nada de colesterol como todos los productos vegetales, una de las grasas más abundante en el aguacate es el omega 9 o ácido graso oleico (el mismo del aceite

de oliva), que es una grasa protectora del corazón (previene los infartos); es la fruta más rica en vitamina E (2,3 mg / 100 gr.), lo cual la convierte en un potente antioxidante, protegiendo contra el cáncer y el envejecimiento de las células, es el fruto más rico en vitamina B6 o piridoxina, (0,5 mg /100 gr), cantidad superior a la carne de ternera; es una de las más ricas en hierro (1,2 mg/100 gr.) superior a todas las frutas frescas; es el fruto fresco más rico en fibra (5%); por todo esto se deduce que el aguacate es una de las frutas más nutritivas que existen; el aguacate es un alimento sumamente recomendable en arteriosclerosis (taponamiento de las arterias), hipertensión arterial y enfermedades del corazón en general, también es apropiado para la dieta de los que padecen de diabetes, gastritis y ulcera de estómago; es un alimento ideal para los que padecen de nerviosismo, irritabilidad o depresión nerviosa.

-Otro de los ingredientes de la ensalada verde es el pepino llamado también cohombro o pepinillo, es un alimento para limpiar y embellecer la piel, contiene potasio, magnesio, hierro, calcio, fósforo y varios oligoelementos entre los que destaca el azufre. El pepino posee las siguientes propiedades medicinales: *alcalinizante*: neutraliza las sustancias ácidas como el ácido úrico, *depurativo*: facilita la eliminación de sustancias de desecho, *diurético*: aumenta la producción de orina por los riñones, *laxante*: facilita la salida de las heces del intestino; las principales aplicaciones del pepino son las siguientes: afecciones de la piel, el pepino hidrata la piel, contiene azufre para el buen estado de las células, de las uñas y del cabello, aplicado localmente sobre la piel favorece la belleza, previene el estreñimiento, disminuye el ácido úrico, ayuda a bajar de peso y prevenir la obesidad, beneficioso en la diabetes.

-**Guayaba.** Llamada también guava o arrayana, destaca su contenido de vitamina C (183mg / 100 gr) siendo una de las más ricas en esta vitamina, solamente la acerola y el escaramujo la superan, también aporta cantidades apreciables de vitamina A (betacaroteno: 79 mcg ER), las variedades de color rojizo son más

ricas en esta vitamina y contienen licopeno que es mismo carotenoide que se encuentra en los tomates, es rica en fibra soluble (pectina y mucilagos, lo cual la hace beneficiosa en caso de diarrea), contiene cantidades significativas de vitaminas del grupo B, vitamina E, así como calcio, hierro, fosforo y magnesio, el mineral más abundante es el potasio, es rica en oligoelementos: como el manganeso, zinc y el cobre; las aplicaciones medicinales de la guayaba son las siguientes: es un alimento para la salud de las arterias, reduce moderadamente la presión arterial y el colesterol, es desintoxicante de la nicotina del tabaco y muy recomendada para los que están dejando de fumar, disminuye el agotamiento físico ya que tiene efectos tonificantes sobre el organismo, por lo tanto se recomienda su uso en la convalecencia de enfermedades infecciosas y en caso de debilidad y cansancio provocado por enfermedades crónicas.

-Beneficios nutricionales menú día 5

-Tomate. Llamado también jitomate; esta hortaliza es un verdadero alimento-medicina, aporta 21 Kcal / 100 gr una de las cifras más bajas de todos los vegetales, esto se debe a que las cantidades de macronutrientes son muy bajas, en cuanto a vitaminas la más abundante es la vitamina C (19,2 mg / 100 gr), cantidad inferior a la naranja (53,2 mg /100 gr), sin embargo es buena fuente de esta vitamina; contiene cantidades significativas de vitamina B1, B2, B6, niacina y folatos, contiene una cantidad moderada de vitamina A (62 mcg / 100 gr.), entre los minerales destaca el potasio (222 mg / 100 gr), seguido del hierro (0,45 mg/ 100 gr), el magnesio y el fósforo; el tomate es rico en sustancias medicinales no consideradas como nutrientes en el sentido tradicional, pero que ejercen importantes beneficios en el organismo: uno de ellos es la fibra soluble que tiene una acción como laxante suave y reductora del colesterol sanguíneo previniendo la formación de arteriosclerosis (estrechamiento y endurecimiento de las arterias), es muy útil como preventivo para los que tienen problemas de circulación arterial incluida la angina de pecho y el infarto del miocardio (ataque cardiaco) y otra

sustancia medicinal es el licopeno (o también llamado licopina) que es un carotenoide que le da el color rojo al tomate, y según investigaciones hechas en todo el mundo, se concluyó que el licopeno ejerce una intensa acción antioxidante ayudando a disminuir el riesgo cáncer, por todo esto el tomate está indicado para las afecciones prostáticas (hipertrofia benigna prostática), tan frecuentes entre los hombres mayores de 50 años y el cáncer de próstata, el tomate es un gran depurador (limpiador) de la sangre neutraliza y facilita la eliminación de los residuos ácidos del organismo, también es diurético y facilita el trabajo de los riñones, por esto su consumo abundante “limpia” la sangre en caso de gota (ácido úrico), insuficiencia renal con aumento de la úrea o intoxicación crónica por una alimentación rica en carnes o proteínas de origen animal; el tomate es un estimulante natural de las defensas por su riqueza en nutrientes y principalmente por el licopeno y el betacaroteno; estudios realizados en Italia muestran como el consumo habitual de tomate previene el cáncer de boca, de esófago, de estómago, de colon y recto.

- **Arroz con espinaca.** Propiedades: la espinaca es posiblemente la verdura más nutritiva de cuantas se conocen, su contenido de proteína es bastante elevado para una verdura (2,8%), pero apenas contiene grasas (0,35%) y carbohidratos (0,8% harinas), contiene una gran riqueza vitamínica y mineral: 672 mcg / 100 gr. de vitamina A, aporta la totalidad del ácido fólico necesario (194 mcg), la mitad de la vitamina C (28 mg) que necesitamos diariamente (60 mg), la cuarta parte del magnesio que necesitamos cada día (350 mg), más de la cuarta parte (2,71 mg) de las necesidades diarias del hierro (10 mg); las siguientes son sus beneficios medicinales: afecciones de la retina, investigaciones muy minuciosas han puesto de manifiesto que las personas de 55 – 80 años que consumen espinacas de forma habitual presentan un riesgo menor de padecer pérdida de la agudeza visual debida a degeneración macular, anemia: la espinaca contiene más hierro que la carne y este se absorbe bien debido a la presencia de vitamina C en la espinaca, el jugo fresco de espinaca es una forma eficaz de tomarla en caso de

anemia; aumento del colesterol: su consumo ayuda a disminuir el nivel del colesterol en sangre; es una verdura ideal para las embarazadas debido a su riqueza en ácido fólico que previene malformaciones nerviosas en el feto y la anemia. Deporte y crecimiento: la espinaca ayuda a dar fuerza a los músculos, por esto es muy recomendable para los deportistas y adolescentes en crecimiento.

-Pimentón. Llamado también pimiento, chile dulce, ají dulce o cornetilla, aporta solo 27 Kcal /100 gr. contiene pequeñas cantidades de vitaminas del grupo B, de vitamina E, y de todos los minerales; pero en su composición destacan 2 vitaminas: provitamina A (betacaroteno: 570 mcg / 100 gr) lo que equivale a más de la mitad de las necesidades de esta vitamina para un hombre adulto, también aporta licopeno, que es un potente antioxidante que protege las células contra la degeneración del cáncer; aporta grandes cantidades de vitamina C (190 mg / 100 gr), contiene casi 4 veces más de esta vitamina que el limón y la naranja, el pimiento destaca también por su contenido de sustancias medicinales:

-Flavonoides. Son potentes antioxidantes que actúan como antiinflamatorios y protectores del sistema circulatorio, capsaicina: contiene bajas dosis, la cual actúa como aperitiva y estimulante digestiva y fibra vegetal.

Las aplicaciones dietoterápicas del pimiento son las siguientes:

-Estreñimiento. El pimiento es un laxante suave y es antiflatulento.

-Diabetes y obesidad. Es muy bien tolerado por los diabéticos y conviene a la dieta de los obesos por su escaso contenido de grasas y calorías.

Preventivo del cáncer digestivo: por su riqueza en antioxidantes (A y C), el consumo habitual de pimientos contribuye a evitar el cáncer de estómago y colon.

- **Auyama.** Llamada también zapallo o calabaza.

-**Propiedades e indicaciones.** Es uno de los alimentos más bajos en grasa y en sodio que son 2 enemigos de las arterias y del corazón, contiene cantidades bajas de macronutrientes: 6% de carbohidratos (harinas) y 1% de proteínas.

Destaca por su riqueza en betacaroteno (provitamina A: 160 mcg / 100gr) y en minerales como el calcio y el potasio, contiene también fibra soluble a lo que se debe su efecto saciante del apetito.

Todas las variedades de la auyama presentan las mismas propiedades hipotensoras (bajan la presión arterial), diuréticas (actúa sobre el riñón aumentando la producción de orina y favoreciendo la eliminación de líquidos del organismo), laxantes (disminuye el estreñimiento) y preventivas del cáncer (la familia de las calabazas junto con la de las coles constituyen los alimentos de mayor acción anticancerígena); los que han sufrido de angina de pecho o infarto deberían tomar la calabaza al menos 3 veces a la semana; útil en las afecciones del estómago: neutraliza la acidez estómago, en dispepsia (mala digestión), pirosis, gastritis y por supuesto en ulcera gastroduodenal.

-**Jugo de guanábana.** La guanábana es la mayor de todas las anonas (hay más de 120 especies, pero solo unas 20 se cultivan por sus frutos), pudiendo alcanzar hasta 2 kilos de peso, tiene la forma de riñón y se halla cubierta de suaves púas. Su pulpa tiene sabor bastante ácido, por lo que no suele consumirse fresca, sino en jugos, helados y confituras.

La guanábana es astringente (disminuye la diarrea), colagoga y digestiva. Se recomienda en caso de estreñimiento, obesidad, hipertensión, enfermedades cardíacas y diabetes.

2.3.3 Servicios ó productos complementarios. Los almuerzos pueden tener productos complementarios como los postres, vinos, bebidas alcohólicas entre otras.

Así mismo un servicio complementario que algunos restaurantes ofrecen en la actualidad es el de organización de celebraciones especiales como cumpleaños, reuniones de trabajo, por mencionar solo algunos.

El restaurante de almuerzos ejecutivos saludable Bucare ofrecerá adicionalmente a todos sus clientes los siguientes servicios complementarios:

-Después de terminado el almuerzo se ofrecerá completamente gratis aromáticas o café descafeinado o te caliente estos endulzado con melao (panela en polvo o derretida) o estevia.

-El restaurante tendrá dos ambientes diferentes de acuerdo con el gusto de los clientes, en un lugar estará el televisor con videos importantes del cuidado de la salud, Nutrición Saludable, Malos Hábitos de Comer, etc. y en otro ambiente con música instrumental muy calmada. El objetivo es ofrecer comodidad para todos los gustos.

-Con el objetivo de Fidelizar se llevará un registro de clientes frecuentes y que al final de cada mes a las personas que como mínimo hayan asistido 10 veces se le harán CONTROL PESO durante los siguientes 3 meses y además al cabo del trimestre podrá asistir totalmente gratis a una cita con nutricionista si lo desea.

-En el registro de clientes se tomará el correo electrónico para enviar información de cuidado salud según la alimentación y consejos de nutrición.

-Se entregarán algunos volantes con consejos nutricionales y algunos menús de prepárelo en casa (serían menús de desayuno o de cena).

2.3.4 productos sustitutos. Los almuerzos pueden tener productos sustitutos como por ejemplo: las llamadas comidas rápidas como hamburguesas, perros, pizza, sándwiches, así mismo las gaseosas y los snacks (papas fritas, chitos, patacones, etc.), las ensaladas de frutas, por mencionar solo algunos, debido a que algunas veces los empleados no disponen de tiempo para salir a almorzar ó quizás prefieren esperar hasta llegar a su casa.

No obstante, se consideran como sustitutos directos los almuerzos ofrecidos en el mercado de Restaurantes de almuerzos ejecutivos, almuerzos a la carta en la ciudad de Bucaramanga que es bastante amplio, hay una variedad de lugares para almorzar aunque no sean de comida saludable.

Otros productos sustitutos son los ofrecidos por restaurantes especializados en alimentación saludable que son pocos, existen algunos restaurantes vegetarianos ó que sin serlo intentan ofrecer comida saludable por ejemplo Nutrimos que se encuentra situado en el centro de Bucaramanga, Tavolo gourmet es un restaurante enfocado a ofrecer a sus clientes comida gourmet está ubicado en Cabecera, otro restaurante es Albahaca situado también en Cabecera del Llano y es el que actualmente tiene más reconocimiento en alimentación sana.

2.3.5 Atributos diferenciadores de los productos. El restaurante de almuerzos ejecutivos Saludable Bucare tendrá como atributo diferenciador la prestación del servicio de nutricionista en el establecimiento, para así poder brindarle toda la asesoría necesaria a nuestros clientes acerca de lo importante que es consumir productos que ofrezcan a nuestro cuerpo todos los nutrientes que realmente se necesitan.

Este servicio se brindará totalmente gratis y es un tipo de promoción del restaurante para atraer los clientes y para prevenir enfermedades. Esta promoción se realizará para clientes constantes y por consumos mínimos de acuerdo al estudio de presupuestos para promociones y de esta manera asumir el costo del pago de nutricionista.

Esta estrategia se llevará a cabo de acuerdo a una logística debidamente estudiada para lograr generar un atributo comercial para el restaurante y un beneficio en salud para los clientes.

Se llevará un registro de clientes frecuentes y al final de cada mes a las personas que como mínimo hayan asistido 10 veces se les hará control peso durante los siguientes 3 meses y además al cabo del trimestre podrán asistir totalmente gratis a una cita con nutricionista si lo desea.

2.4 DEMANDA

2.4.1 Investigación de mercados. “Es la recopilación, registro y análisis de manera ordenada y objetiva, válida y precisa de la información relacionada con el mercado de bienes y servicios”³¹, constituye un elemento fundamental para determinar la prefactibilidad del proyecto.

El negocio que se propone, para este estudio es el de la factibilidad de creación de un restaurante de almuerzo saludable “Bucare” en la ciudad de Bucaramanga, Santander.

Brinda una solución a la población de Bucaramanga que busca alimentarse de manera adecuada y saludable para prevenir o combatir diferentes enfermedades

³¹ PRADILLA ARDILA, Humberto. Investigación de mercados. INSED, p.16

crónicas como es la obesidad, anorexia, diabetes, entre otras enfermedades con diagnóstico de mejora por medio de alimentación adecuada.

2.4.1.1 Planteamiento del problema. Teniendo en cuenta que en la ciudad de Bucaramanga hay un alto índice de enfermedades cardiovasculares, obesidad, desnutrición, diabetes e hipo glicemia entre otras, debido en parte a las malas costumbres alimenticias que constituyen una mala alimentación; se realizará una investigación para determinar las variables relacionadas con la demanda, su cuantificación, sus características y así mismo con otras variables tales como la oferta, los precios, los canales de comercialización y la publicidad, para la creación de un restaurante especializado en almuerzos ejecutivos saludable.

La base sobre la cual se quiere formar esta idea de negocio es con el fin de ofrecer productos y servicios que mejoren su estilo de vida hacia lo saludable, contando con experiencia y conocimientos necesarios en el área de la salud y específicamente en la nutrición.

2.4.1.2 Necesidades de información. Será necesario recolectar información sobre cada una de las variables del estudio de mercados, así:

Demanda

-Hábitos de uso del servicio de restaurante y frecuencia de asistencia a los mismos por semana ó quincena.

-Actualmente los clientes, qué restaurantes visitan y desde hace cuánto tiempo?

-Actitud de compra de los clientes potenciales y cuál es su plato preferido?

-Características y necesidades de los clientes a la hora de visitar el restaurante.

Oferta

- Qué restaurantes son actualmente la principal competencia?
- Nivel de fidelidad de los clientes hacia la competencia.
- Identificación de las principales Fortalezas y debilidades de la competencia.

Canales

- Identificar cuáles son los canales que actualmente se utilizan en el mercado para llegar a los clientes.

Precio

- Precios que ofrece actualmente la competencia.
- Cuánto pagan por un plato de almuerzo ejecutivo saludable los clientes?

Publicidad

- Publicidad y promoción más acertada para llegar a los clientes potenciales.

2.4.1.3 Ficha técnica

Cuadro 8. Ficha técnica

Ítem	Observación
Tipo de estudio	El tipo de investigación será de descriptivo se establecerán las características del mercado objetivo, comportamientos, percepciones de los clientes.
Método de investigación	<p>Método deductivo</p> <p>Por medio del cual se obtendrá el conocimiento de la investigación corresponden a la observación, análisis y síntesis de los hechos o fenómenos presentes en la población objeto de estudio, identificando rasgos característicos de la población con respecto a la compra de este tipo de producto, lo cual permitirá obtener los objetivos propuestos.</p>
Fuentes de información	<p>Fuentes primarias: Las fuentes primarias a utilizar para la recolección de información de la investigación de mercados se hará a través de encuestas.</p> <p>Fuentes secundarias: se recurrirá a información secundaria en tesis de grado, internet, estudios sectoriales, entre otros.</p>
Técnica de recolección de información	<p>Encuestas:</p> <p>Se aplicará la técnica de encuestas por permitir recolectar información de forma confiable.</p>
Instrumento	El cuestionario estructurado que se aplicará a la población objeto de estudio, para conocer la expectativa del servicio. (Ver anexo A)
Modo de aplicación	Directa

Ítem	Observación
Población	Empleados del sector de cabecera del llano y que cuenten con un empleo remunerado según Cuadro 6 cuyo número asciende a 2.498
Método de muestreo	Para calcular el tamaño de la muestra, se utilizará muestreo aleatorio simple para una Población total de 2.498 empleados del sector de cabecera del llano de la ciudad de Bucaramanga.
Elemento de muestreo	Empleados de las empresas del sector de Cabecera del Llano incluidas en el cuadro 6.
Tamaño muestral	<p>N = Población = 2.498</p> <p>Z = Nivel de confiabilidad, 95% = 1,96</p> <p>e = Error estimado, 5.54% = 0,0554</p> <p>p = Probabilidad de éxito, 50%= 0.5</p> <p>q = Probabilidad de no éxito, 50% = 0.5</p> <p>Para determinar la muestra representativa de la población anteriormente definida se aplicó el muestreo aleatorio simple proporcional:</p> $n = \frac{Zc^2 \times N \times (p \times q)}{E^2 (N - 1) + Zc^2 (p \times q)}$ $n = \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50) 2.498}{(0.05)^2 (2.497) + (1.96)^2 (0.50)^2 (0.50)}$ $n = \frac{2399.07}{8.62} = 278$

Ítem	Observación
	Para determinar cuántas encuestas se realizarán en cada empresa ver Cuadro 15. Muestra aleatoria simple: Se harán 278 encuestas.
Marco muestral	Son las empresas del sector de cabecera del llano que aparecen en el cuadro 6.
Alcance	Cabecera del Llano en Bucaramanga
Tiempo de aplicación de las encuestas	Del 01 de junio al 30 de julio de 2010

Fuente: Autor del proyecto

Cuadro 9. Encuestas a realizar por empresa

EMPRESA	NO. EMPLEADOS	PORCENTAJE PARTICIPACIÓN
GALERÍA ARTE POR ARTE	1	0,20%
AGENCIA DE VIAJES NUEVA ERA	1	0,20%
AGENCIA DE VIAJES BUEN VIAJE	1	0,20%
AGENCIA DE VIAJES TURORIENTE	1	0,24%
AGENCIA DE VIAJES HORIZONTE	1	0,28%
UNIVERSAL DE NEGOCIOS Y TURISMO LTDA.	1	0,32%
AGENCIA DE VIAJES PLAYA Y RUMBA	1	0,32%
AGENCIA DE VIAJES TURISSANDER	1	0,36%
AGENCIA DE VIAJES VARGAS TOURS	1	0,40%
AGENCIA DE VIAJES TRAVEL MUNDO TOURS	1	0,44%
LABORATORIOS LA SANTE	1	0,48%
COMPLEMENTO	1	0,48%
COASESORES	1	0,48%
AGENCIA DE VIAJES TRAVESIAS	1	0,48%
AGENCIA DE VIAJES AVIATUR	2	0,56%
SEGUROS MAPFRE	2	0,60%
PROYECTOS Y SERVICIOS	2	0,60%
JJB S.A	2	0,60%
SECURITY SYSTEMS	2	0,64%
COLOMBIANA S.A	2	0,64%
BANCO DAVIVIENDA	2	0,64%
AGENCIA DE VIAJES SANTUR	2	0,64%
PRAGO INGENIERÍA	2	0,72%
INCOMESA	2	0,72%
CLÍNICA PROCREAR	2	0,72%
INSUMOS LATECMI	2	0,80%
DUCKI CHILDS CENTER	2	0,80%
COOPERATIVA DE TRABAJO ASOCIADO LTDA.	2	0,80%
ARTURO CALLE	2	0,80%

EMPRESA	NO. EMPLEADOS	PORCENTAJE PARTICIPACIÓN
DIRECTORIO TEL DANARANJO	2	0,88%
NOTARÍA OCTAVA	3	0,92%
NOTARÍA NOVENA	3	1,00%
MACRO FINANCIERA S.A	3	1,00%
YAMAHA	3	1,08%
SEGUROS LA EQUIDAD	3	1,12%
CENTRO COMERCIAL 4 ETAPA	3	1,12%
LAFRANCOL S.A	3	1,20%
PROSISTEMAS LTDA	4	1,28%
CENTRO COMERCIAL 5 ETAPA	4	1,28%
ELEGIR LTDA	4	1,40%
DESCONT S.A	4	1,40%
BANCOLOMBIA	4	1,40%
DELTHAC1	4	1,52%
HG CONSTRUCTORA	4	1,60%
FAMISANAR	4	1,60%
CITY BANK	4	1,60%
CLÍNICA EL PINAR	5	1,68%
PROVEC ORIENTE	5	1,72%
NOTARIAS	5	1,72%
LEGIS S.A	5	1,80%
LABORATORIOS PROCAPS	6	2,00%
ECOPETROL- SERVICIOS DE SALUD	6	2,00%
TECNOWIL LTDA.	6	2,32%
SALUDTOTAL	7	2,40%
SALUD VIDA EPS	7	2,40%
NUEVA EPS	7	2,40%
BANCO DE BOGOTÁ	8	2,92%
TRANSCOOP	10	3,60%
COOMEVA	12	4,40%
SOLSALUD EPS	13	4,80%
FUNDACIÓN MÉDICO PREVENTIVO	14	5,20%
ÉXITO	17	6,00%
CLÍNICA METROPOLITANA	20	7,21%
SALUDCOOP	24	8,81%
TOTAL EMPLEADOS	278	100%

Fuente: Autor del proyecto

2.5 TABULACIÓN Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

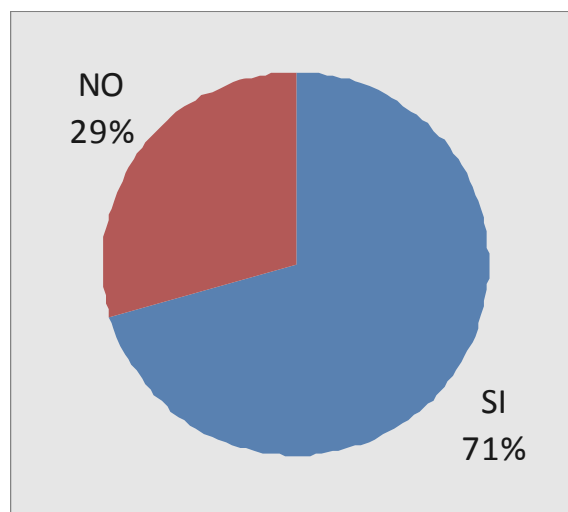
1. ¿Es usted un usuario frecuente de restaurante?

Cuadro 10. Análisis de consumo

Ítem	Total	Porcentaje
Si	196	71%
No	82	29%
Total	278	100%

Fuente: Autor del anteproyecto

Gráfica 4. Análisis de consumo



Análisis:

El 71% de la población encuestada es usuario frecuente de restaurantes indicando esto que hay un gran potencial de mercado.

2. ¿Cuál restaurante visita actualmente con mayor frecuencia?

Cuadro 11. Análisis de restaurantes visitados

Ítem	Total	Porcentaje
Varios Restaurantes	38	19%
El Limonal	16	8%
Comida China	15	8%
El Tonny	12	6%
El Chiflas	12	6%
El Kakareo	12	6%
Harrys	9	5%
Pesquera del Mar	9	5%
La Parrilla de Julián	9	5%
Mercagan	9	5%
La Cocina de la Abuela	8	4%
Ricuras Paisas	8	4%
Otros "ver cuadro 18"	39	20%
Total	196	100%

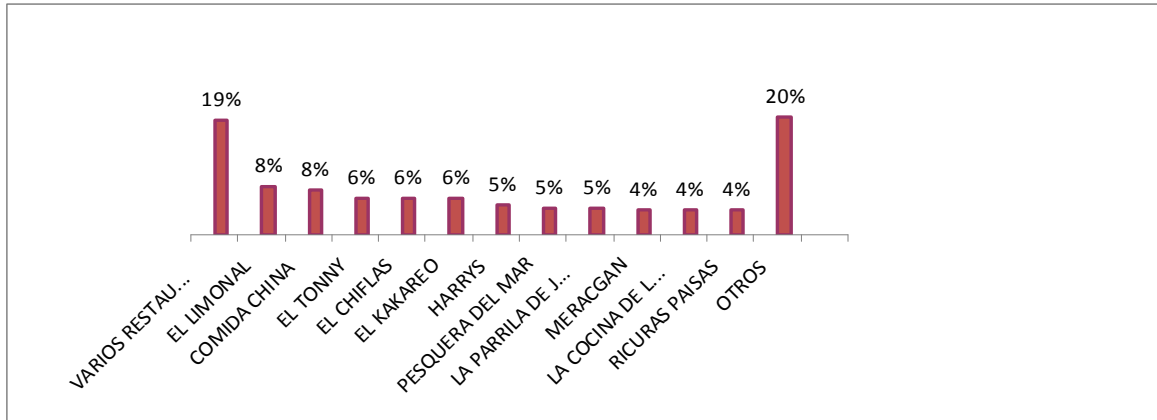
Fuente: Autor del proyecto

Cuadro 12. Otros restaurantes

Restaurantes	Cantidad
Señora Bucaramanga	5
Peces Del Caribe	4
Delicias Gourmet	4
Marvilla	4
Mercadefam	4
Tejaditos	3
Al Carbón	3
Restaurantes	Cantidad
Arepiz	3
Club Del Comercio	2
La Fonda Paisa	2
Restaurante La 22	2
Doña Petrona	1
El Hipopótamo	1
Carnes Del Potrero	1

Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 5. Análisis de restaurantes visitados



Análisis: El 19% de la población que visita frecuentemente restaurantes, admiten ser clientes de varios lugares, sin ser constante en algún restaurante en especial es decir no son fieles o leales a algún restaurante, también hay variedad en los gustos. La principal competencia son los restaurantes como el Limonal, Comida China, El Tonny, Chiflas, Mercagan, Delicias Gourmet, Harrys.

3. ¿Con qué frecuencia visita este restaurante?

Cuadro 13. Frecuencia de visitas

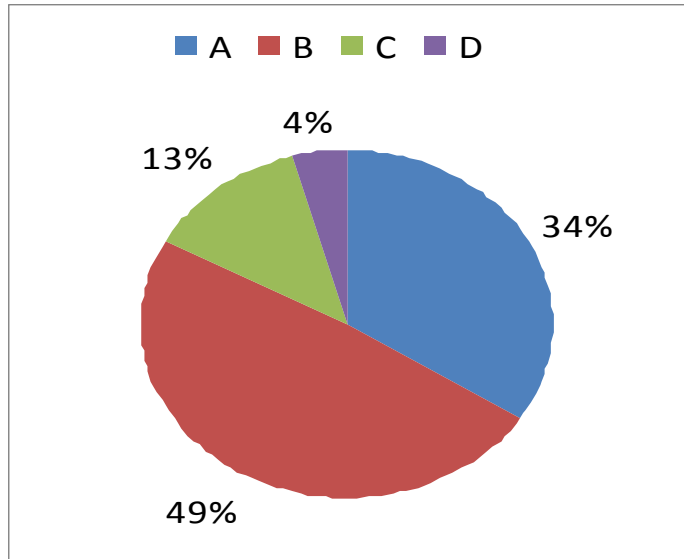
Ítem	Total	Porcentaje
A. 1 vez a la semana	67	34%
B. 3 veces a la semana	95	49%
C. 5 veces a la semana	26	13%
D. Otra ¿cuál? 2 vez al mes	8	4%
Total	196	100%

Fuente: Autor del proyecto

Promedio de veces por semana:

$$0.34 \times 1 + 0.48 \times 3 + 0.13 \times 5 + 0.04 \times 0.5 = 2.45 \text{ Veces Por Semana}$$

Gráfica 6. Frecuencia de visitas



Análisis: De las personas que visitan restaurantes, lo realizan en un 2.5 veces por semana, indicando esto que hay cultura de utilización del servicio de restaurante.

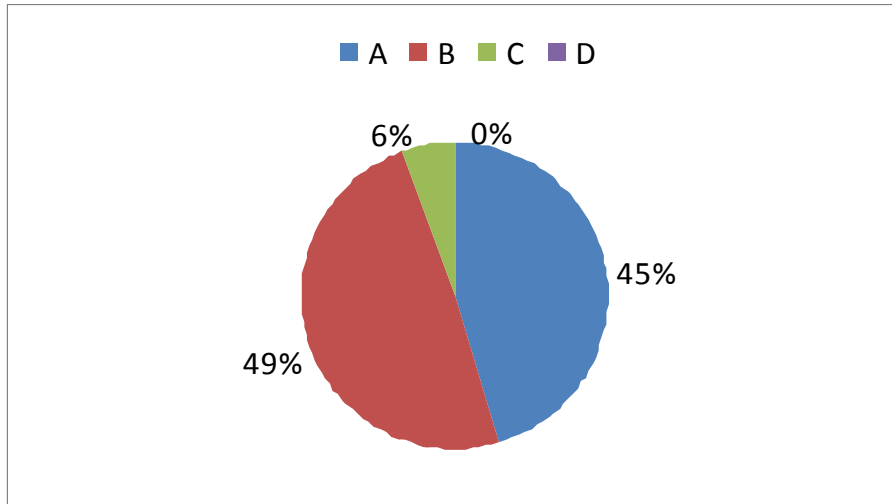
4. ¿Qué tipo de almuerzo consume normalmente?

Cuadro 14. Tipos de almuerzo

Ítem	Total	Porcentaje
A. corrientes o ejecutivos	89	45%
B. Platos a la carta	96	49%
C. Buffet	11	6%
D. Otro cual	0	0%
Total	196	100%

Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 7. Tipos de almuerzo



Análisis: De las personas que visitan restaurantes, el 49% prefiere platos a la carta y un 45% corriente o ejecutivo y esto confirma que los almuerzos tipo ejecutivo son de gran preferencia entre los empleados.

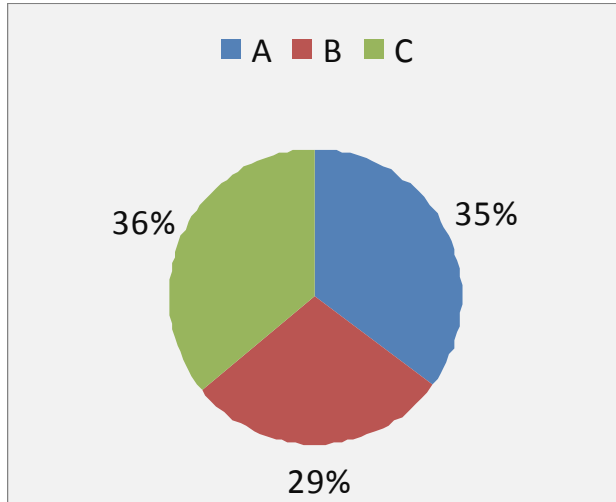
5. ¿Qué precios paga normalmente por un almuerzo?

Cuadro 15 Análisis del precio de almuerzo

Ítem	Total	Porcentaje
A. \$4.500 - \$7.500	69	35%
B. \$7.501 – \$9.500	57	29%
C. Otro ¿cuál? - Se encuentra entre \$15.000 y \$30.000	70	36%
Total	196	100%

Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 8. Análisis del precio de almuerzo



Cuadro 16. Precios almuerzo corriente

Rangos o intervalos	Promedio intervalos	Nº de respuestas	Porcentaje	Promedio Ponderado
A) \$4.500 a \$7.500	\$6.000	54	78%	\$4.680
B) \$7.501 a \$9.500	\$8.500	15	22%	\$1.870
Total		69	100%	\$6.550

Fuente: Autor del proyecto

Cuadro 17. Precios platos a la carta y/o especiales

Rangos o intervalos	Promedio intervalos	Nº de respuestas	Porcentaje	Promedio Ponderado
A) \$7.501 a \$9.500	\$8.500	57	44,8%	\$3.808
B) \$15.000 a \$30.000	\$22.500	70	55,2%	\$12.420
	Total	127	100%	\$16.228

Fuente: Autor del proyecto

Análisis: Según lo observado el promedio de pago por almuerzos corriente es de \$6.550 y el promedio de pago para platos a la carta y/o especial es de \$16.228,

estos precios le servirán al nuevo restaurante como términos de referencia del mercado para fijar los precios.

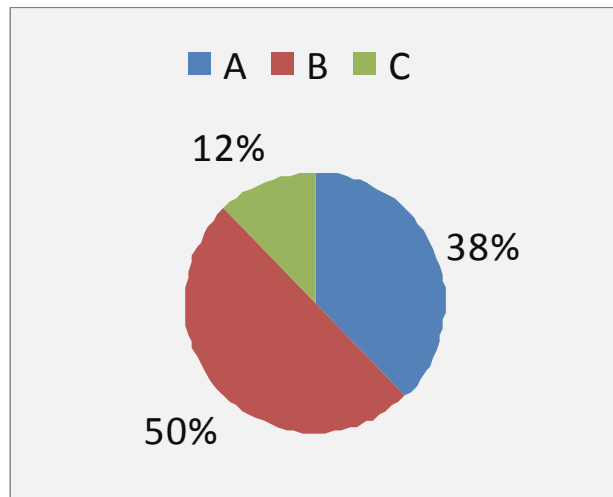
6. ¿Desde hace cuánto tiempo asiste al restaurante que visita con mayor frecuencia?

Cuadro 18. Análisis de permanencia al restaurante

Ítem	Total	Porcentaje
A. 0 a 6 meses	74	38%
B. >6 meses y hasta un año	98	50%
C. Otro ¿cuál? - Se encontró que es de > 1 año hasta 3 años	24	12%
Total	196	100%

Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 9. Análisis de permanencia al restaurante



Promedio de antigüedad en meses

$$(0+6)/2 \times 0.38 + (7+12)/2 \times 0.50 + (13+36)/2 \times 0.12 = 7.7 \text{ meses}$$

Análisis: De las personas que visitan restaurantes, el promedio de antigüedad que asisten al restaurante preferido es de 7.7 meses indicando esto que son clientes antiguos de la competencia, por lo tanto es necesario que el nuevo

restaurante genere estrategias de fidelizacion como calidad en los productos y excelente servicio.

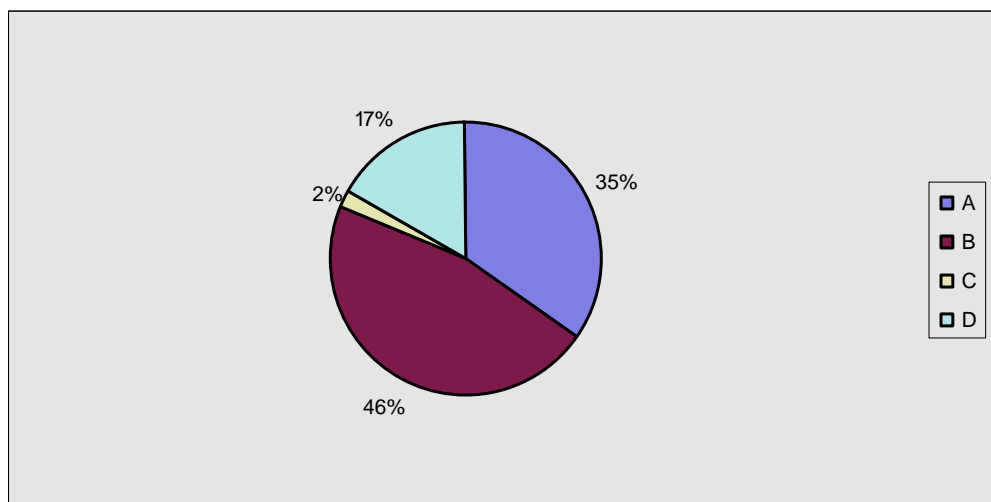
- **Escoja la principal razón por la que visita este restaurante?**

Cuadro 19. Análisis de preferencia en la competencia

Ítem	Total	Porcentaje
A. Cerca de la oficina	68	35%
B. Rico y económico	91	46%
C. Dan crédito	4	2%
D. Otro cual - (variedad, elegante, saludable, etc.)	33	17%
Total	196	100%

Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 10. Análisis de preferencia en la competencia



Análisis: De las personas que visitan restaurantes, se denota que la principal preferencia es rico y económico, luego es importante que el nuevo restaurante garantice que sea rico y económico.

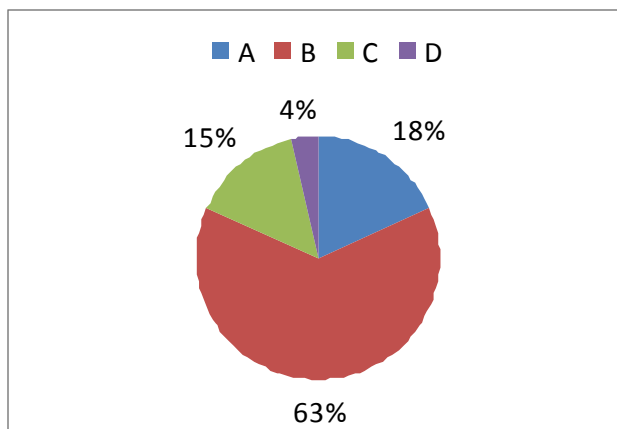
- **¿En qué horario normalmente almuerza?**

Cuadro 20. Análisis de horario para almuerzo

Ítem	Total	Porcentaje
A. 12:00 a 12:30 A.m.	36	18%
B. 12:30 A 1:00 P.m.	124	63%
C. > 1 P.M. a 1:30 P.M.	29	15%
D. >1:30 P.M. A 2:00 P.M.	7	4%
Total	196	100%

Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 11. Análisis de horario para almuerzo



Análisis: De las personas que visitan restaurantes, la hora más utilizada para ir a almorzar es de 12:00 a 1:00 P.M. Con una aceptación del 81%, indicando esto lo importante de estar preparada la nueva empresa en contar con la capacidad técnica e instalada para la atención y servicio en este horario especialmente ya que seguramente será un horario de afluencia de clientes.

- ¿Normalmente con cuántas personas asiste al restaurante?

Cuadro 21. Análisis de acompañantes al restaurante

Ítem	Total	Porcentaje
A. Solo	63	32%
B. Con 1 acompañante	93	47%
C. Con 2 acompañantes	40	20%
D. Otro: ¿cuál?	0	0%
Total	196	100%

Fuente: Autor del proyecto

Promedio de asistir solo (1 sola persona): $1 \times 0.32 = 0.32$

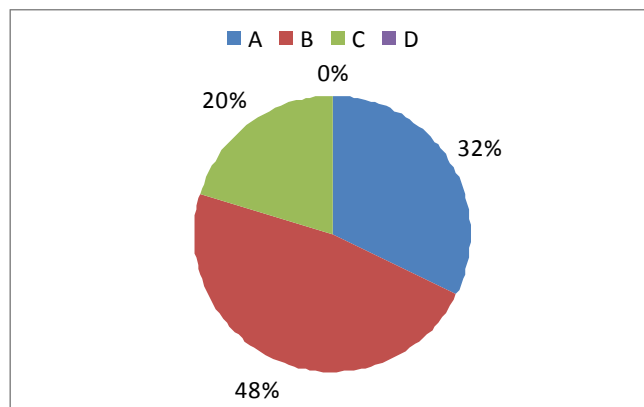
Promedio de asistir con un acompañante (2 personas): $2 \times 0.47 = 0.94$

Promedio de asistir con dos acompañantes (3 personas): $3 \times 0.20 = 0.6$

Promedio de cuántas personas asisten al restaurante:

$0.32 + 0.94 + 0.6 = 1.86 = 2$ personas

Gráfica 12. Análisis de acompañantes al restaurante



Análisis:

De las personas que visitan restaurantes, la mayoría prefieren asistir a este sitio mínimo con una persona adicional.

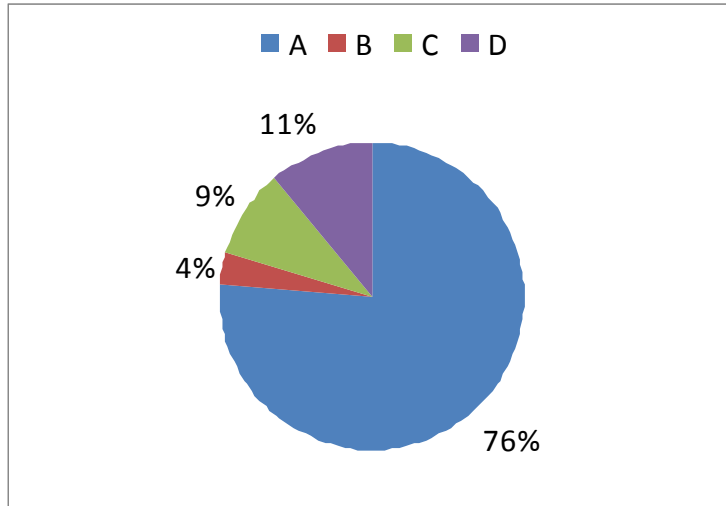
10. ¿Por qué medio de comunicación se enteró del restaurante al que asiste?

Cuadro 22. Análisis medio de comunicación

Ítem	Total	Porcentaje
A. Referido	149	76%
B. Radio	7	4%
C. Volante	18	9%
D. Otro: ¿cuál? Cerca, tradición, socios, letrero exterior, reconocido, imagen directorio, familiar, trabajo, servicio del centro comercial	22	11%
Total	36	100%

Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 13. Análisis medio de comunicación



Análisis: De las personas que visitan restaurantes, el medio de comunicación más efectivo y eficiente para llegar a nuevos clientes es el referido, con un 76% de aceptación entre los encuestados y la radio es el menos efectivo, por lo tanto se optara por la estrategia de que un cliente satisfecho atrae otro cliente, como también se generala el programa de incentivos por llevar un cliente nuevo.

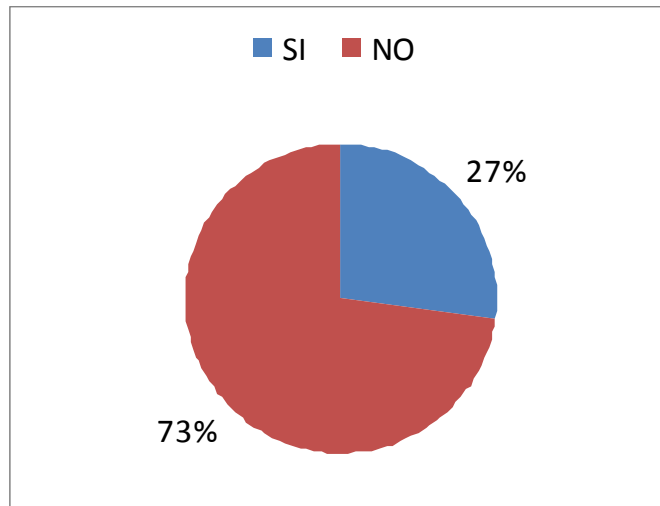
11. ¿Durante su almuerzo normalmente ve los noticieros?

Cuadro 23. Análisis de ver noticiero en el almuerzo

Ítem	Total	Porcentaje
Si	53	27%
No	143	73%
Total	196	100%

Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 14. Análisis de ver noticiero en el almuerzo



Análisis: De las personas que visitan restaurantes, el 73% no ven el noticiero esto indica que no es tan común el ver televisión, luego el nuevo restaurante se puede amenizar con otra actividad que puede ser escuchar música o presentaciones en vivo especiales. Finalmente aunque existe un menor porcentaje 27% que sí ve televisión será necesario preguntarles si les interesaría dejar de verla a la hora del almuerzo y esto se hará en una pregunta que más adelante, ver pregunta numero 27.

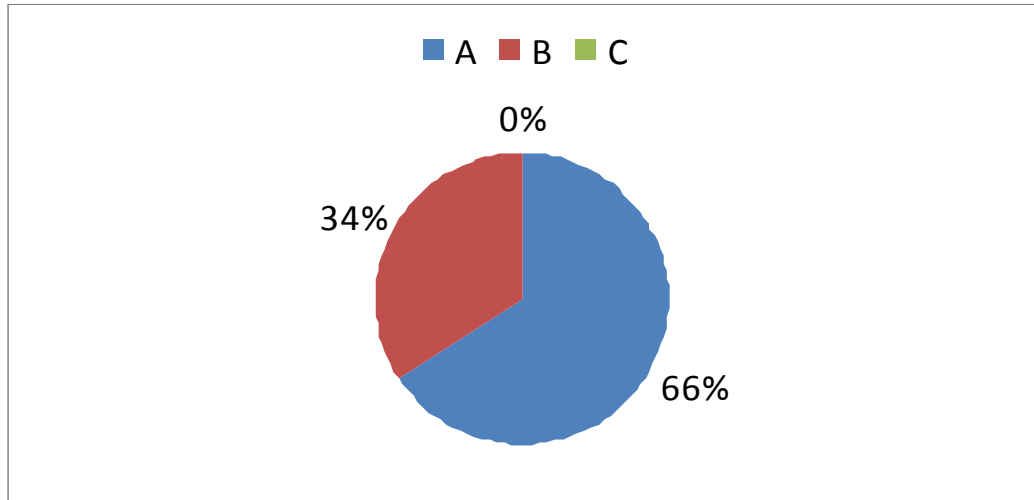
12. ¿Qué tipo de ambiente (decoración, sillas y música) tiene su actual restaurante?

Cuadro 24. Análisis de tipo de ambiente

Ítem	Total	Porcentaje
A. Tradicional (cuadros con paisajes, música tropical y sillas de madera)	129	66%
B. Moderno (cuadros modernos, música instrumental, sillas modernas)	67	34%
C. Otro cual		
Total	196	100%

Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 15. Análisis de tipo de ambiente



Análisis: De las personas que visitan restaurantes, el tipo de ambiente preferido con un 66% es el tradicional con cuadros con paisajes, música tropical “música típica colombiana preferiblemente instrumental” y sillas de madera, este es un indicador importante para el ambiente del nuevo restaurante.

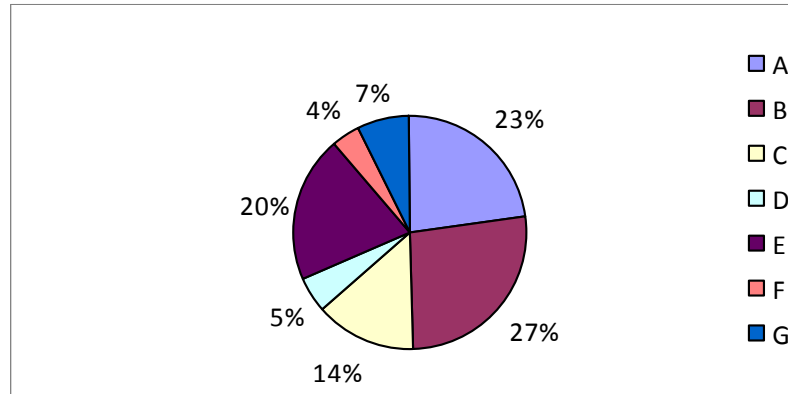
13. ¿Cuál es su plato preferido cuando visita este restaurante?

Cuadro 25. Análisis plato preferido

Ítem	Total	Porcentaje
a. Bandeja Paisa	45	23%
b. Comida Italiana (espaguetis, lasaña, pizza)	52	27%
c. Pollo	27	14%
d. Pescado	10	5%
e. Carne	40	20%
f. Comida china	8	4%
g. Otro: cuál	14	%
Verduras	4	
Arroz con pollo	3	
Picadas	2	
Sancocho	2	
Hamburguesa	3	
Total	196	100%

Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 16. Análisis plato preferido



Análisis: De las personas que visitan restaurantes, todas tienen diferentes gustos destacándose en primer lugar como comida favorita el Comida Italiana (espaguetis, lasaña, pizza) y le sigue muy de cerca la carne, el pollo y la Bandeja Paisa, que son especializadas de cada restaurante, es decir que existen varios restaurantes especializados únicamente en ese tipo de comida; Analizando las respuestas para crear el nuevo restaurante quizás se debería ofrecer en algún plato de la semana uno que contenga lasaña o espaguetis y otros acompañamientos para así darle gusto a los clientes, aunque se aclara que este plato no debería consistir únicamente en comida italiana para no competir con los restaurantes especializados.

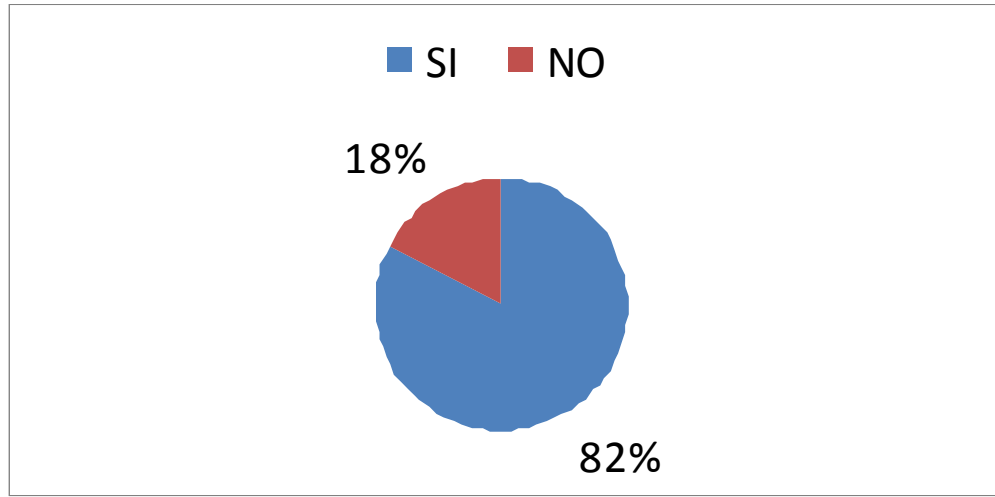
14. ¿Consume ensaladas de verduras con el almuerzo?

Cuadro 26. Análisis de consumo de ensalada de verduras

Ítem	Total	Porcentaje
Si	160	82%
No	36	18%
Total	196	100%

Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 17. Análisis de consumo de ensalada de verduras



Análisis: De las personas encuestadas, el 82% si prefieren consumir verduras en su almuerzo, indicándonos esto que si hay conciencia en el consumo de comida saludable a la hora del almuerzo, la tarea es crear cultura y continuidad.

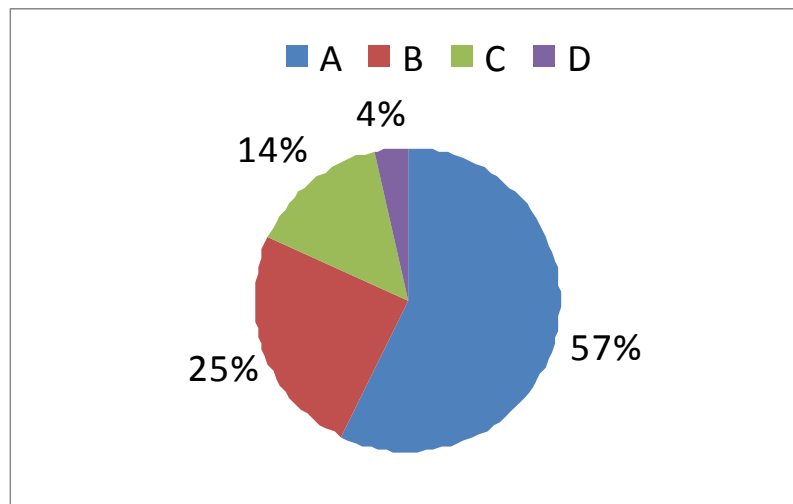
15. ¿Qué prefiere tomar ó comer después del almuerzo?

Cuadro 27. Análisis de comida después del almuerzo

Ítem	Total	Porcentaje
A. Postre	112	57%
B. Tinto	49	25%
C. Aromática	29	14%
D. Otro ¿cuál? Nada, Vino, Agua	6	4%
Total	196	100%

Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 18. Análisis de comida después del almuerzo



Análisis: De las personas encuestadas, el 57% prefieren consumir postre después del almuerzo, con esto se concluye que la nueva empresa debe estar preparada con una muy buena gama de postres saludables para después del almuerzo.

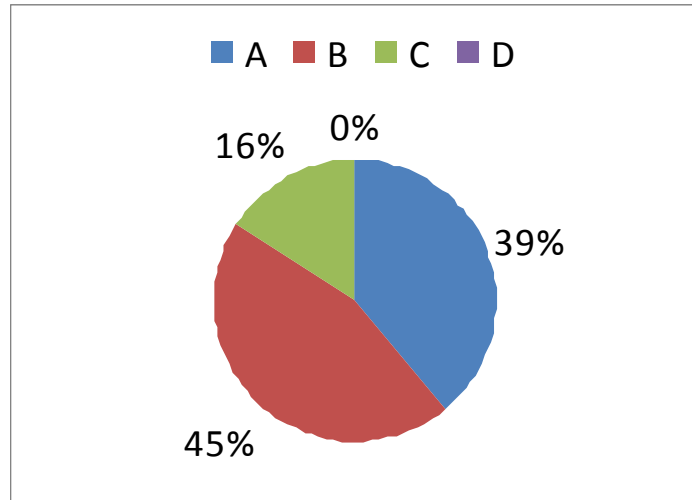
16. ¿Cuál de las siguientes proteínas consume con más frecuencia a la hora del almuerzo?

Cuadro 28. Análisis de consumo de proteína al almuerzo

Ítem	Total	Porcentaje
A. Pollo	78	39%
B. Carne	88	45%
C. Pescado	30	16%
D. Otro ¿cuál)	0	
Total	196	100%

Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 19. Análisis de consumo de proteína al almuerzo



Análisis: De las personas encuestadas, el 45% prefieren consumir como proteína la carne, y sigue el pollo con el 39% como también un 16% restante pescado, con esto se explica lo importante de ofrecer variedad en los menús para el almuerzo. Por otro lado si se cruzan las respuestas con la pregunta 13, encontramos que también hay gran variedad en los platos preferidos. Con esto concluimos que en la población objeto hay diferentes gustos entre los más preferidos son la carne, el pollo, lasaña y el pescado.

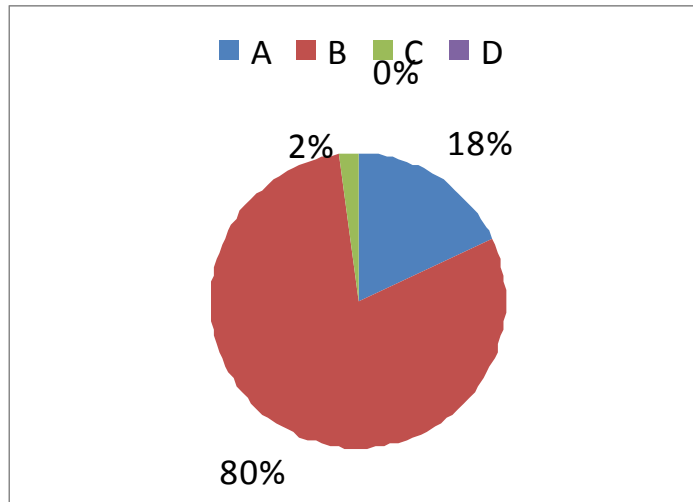
17. ¿Cómo califica el servicio de su actual restaurante?

Cuadro 29. Análisis de calificación del servicio

Ítem	Total	Porcentaje
A. Excelente	35	18%
B. Bueno	155	80%
C. Aceptable	6	2%
D. Regular	0	0%
E. Malo	0	0%
Total	196	100%

Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 20. Análisis de calificación del servicio



Análisis: De las personas encuestadas, el 80% califica como bueno el servicio en el restaurante que visita, con esto concluir que se debe ofrecer un servicio excelente para ser competitivos en el mercado.

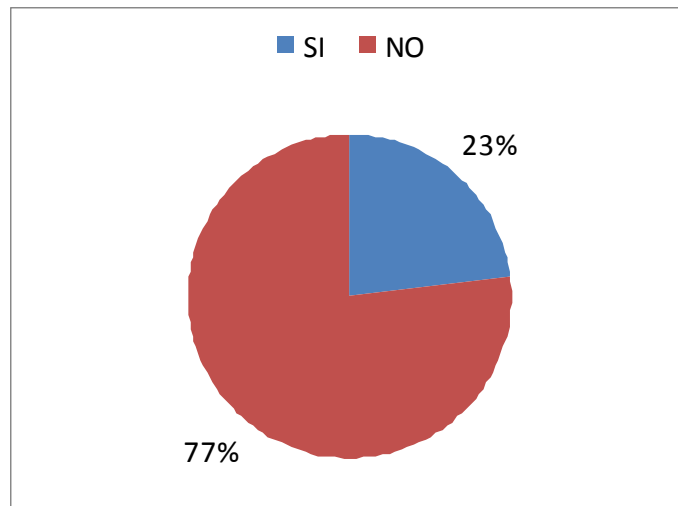
18. ¿Ha tenido algún inconveniente con su actual restaurante?

Cuadro 30. Análisis de inconveniente con su actual restaurante

Ítem	Total	Porcentaje
Si	45	23%
No	151	77%
Total	196	100%

Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 21. Análisis de inconveniente con su actual restaurante



Análisis: Según lo observado en la Gráfica 23 de las personas encuestadas, el 23% califica que ha tenido inconvenientes en los restaurantes visitados. Lo que se puede convertir en una oportunidad para un nuevo restaurante que brinde mejores servicios que los actuales competidores.

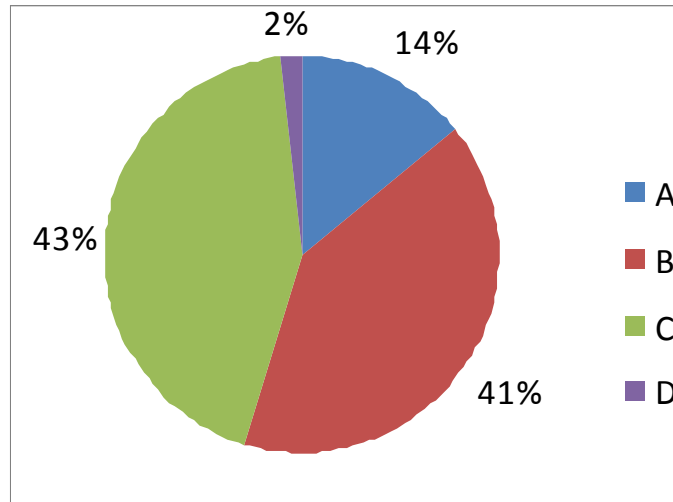
¿Cuál de los siguientes inconvenientes ha tenido?

Cuadro 31. Análisis de inconvenientes

Ítem	Total	Porcentaje
A. Demora en la atención	6	14%
B. Poca variedad en el menú	18	41%
C. Alimentos poco saludables	20	43%
D. Otra: cuál	1	2%
Total	45	100%

Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 22. Análisis de inconvenientes



Análisis: De las personas que han tenido inconvenientes, el 84% manifiesta que no son alimentos saludables y además hay demora en la atención, precisamente el proyecto busca crear un restaurante de comida saludable con buena variedad de menús.

19. ¿Cree que su actual almuerzo es saludable?

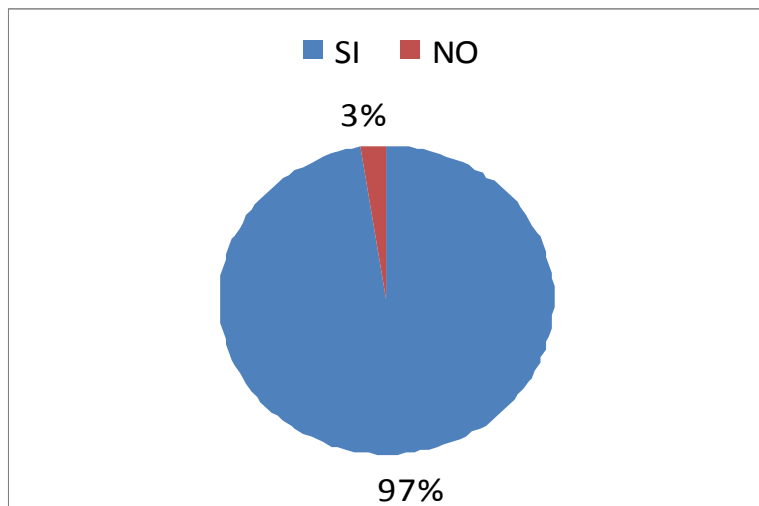
Esta pregunta se realiza a los 278 encuestados debido a que los que actualmente no asisten con frecuencia a un restaurante, pueden llegar a ser clientes del restaurante de comida saludable.

Cuadro 32. Actual almuerzo es saludable

Ítem	Total	Porcentaje
Si	271	97%
No	7	3%
Total	278	100%

Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 23. Actual almuerzo es saludable



Análisis: De las personas encuestadas el 97% asegura que su actual almuerzo si es saludable, aunque quizás en la realidad no lo sea, porque la convicción es que la comida chatarra y las comidas rápidas son las únicas que no son saludables.

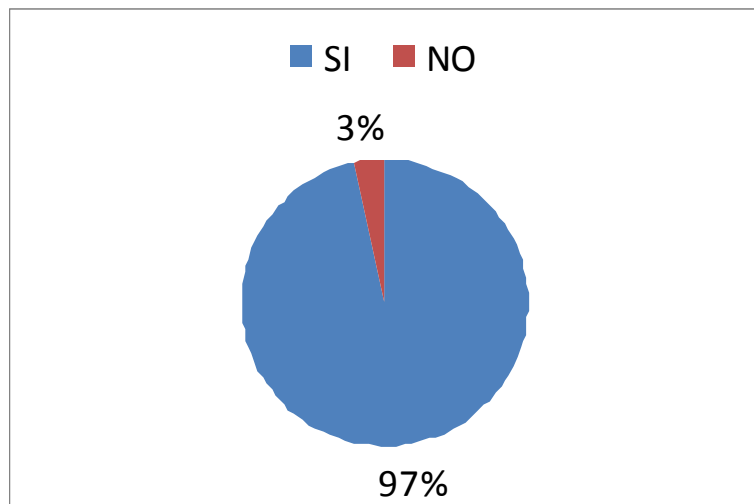
20. ¿Le interesaría comer saludablemente?

Cuadro 33. Interés en comer comida saludable

Ítem	Total	Porcentaje
Si	269	97%
No	9	3%
Total	278	100%

Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 24. Interés en comer saludablemente



Análisis: El 97% están interesados en comer comida saludable, la anterior respuesta se puede tomar como un factor favorable para la creación del nuevo restaurante porque existe la necesidad de tener buenos hábitos alimenticios y cuidar la salud por medio de la alimentación.

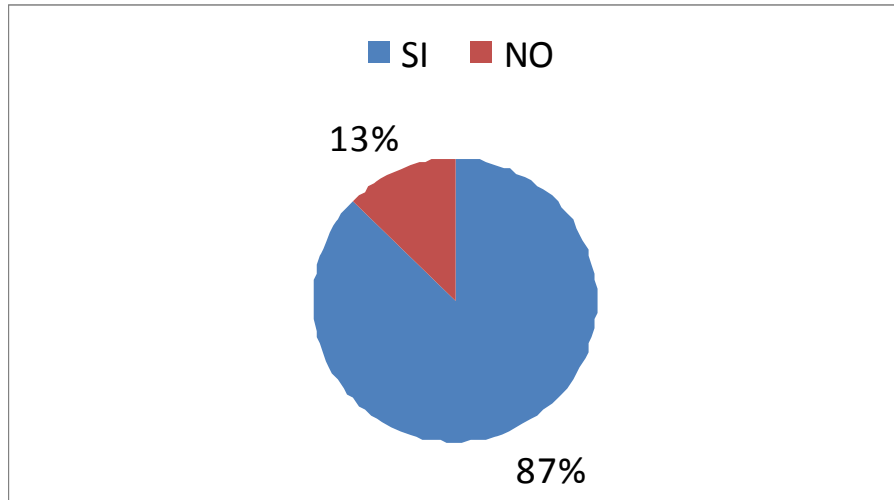
21. ¿Usted estaría dispuesto a visitar un restaurante donde encuentre una variedad de platos que garanticen una alimentación sana y que adicionalmente encuentre asesoría nutricional y sin televisión?

Cuadro 34. Visita a un restaurante nuevo con alimentación sana

Ítem	Total	Porcentaje
Si	235	87%
No	34	13%
Total	269	100%

Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 25. Visita a un restaurante nuevo con alimentación sana



Análisis: De las personas encuestadas el 87% estarían dispuestas a visitar un sitio nuevo y sobre todo que sea de comida saludable, esto indica que es posible captar nuevos visitantes pero es importante generar buena imagen desde el principio con el fin de Fidelizar.

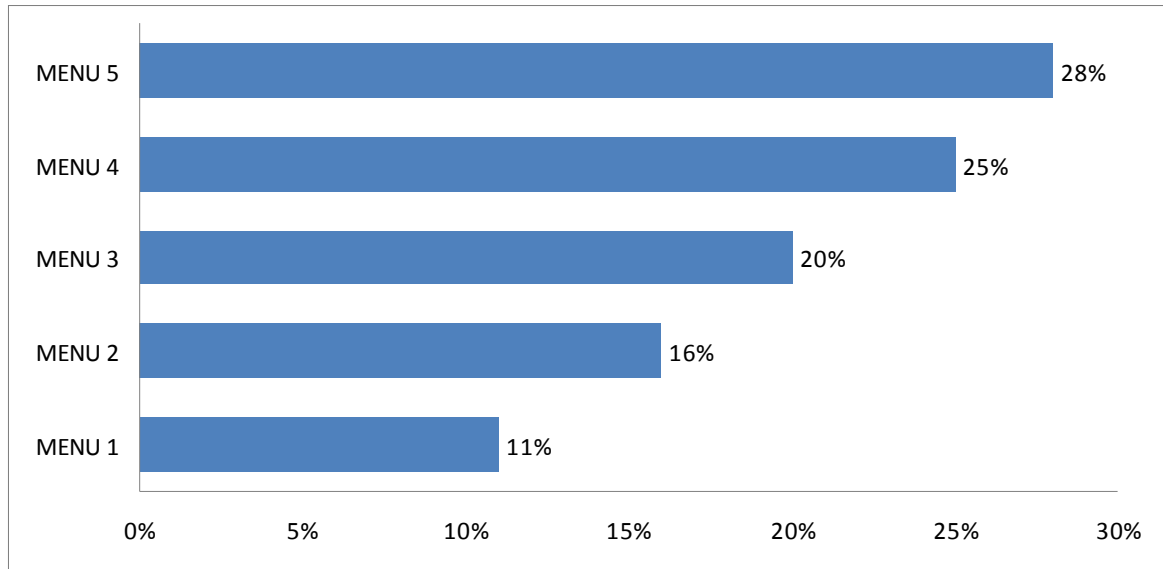
22. ¿Según los siguientes menús, cuál sería su plato favorito y cuánto estaría dispuesto a pagar por él, siendo de su total agrado?

Cuadro 35. Platos favoritos y cuánto estaría dispuesto a pagar

Precio	Menú 1 Carne en bistec	Menú 2 Pernil de pollo en finas hierbas	Menú 3 Pechuga Grille	Menú 4 Goulash	Menú 5 Róbalo a la plancha	Total	Porcentaje
\$7.500 a \$10.500	21	14	22	37	26	120	
	18%	12%	18%	31%	22%		51%
\$10.501 a \$13.500	6	23	24	22	40	115	
	5%	20%	21%	19%	35%		49%
Otro ¿cuál)	0	0	0	0	0		
Total Respuestas	27	37	46	59	66	235	
Porcentaje	11%	16%	20%	25%	28%	100%	

Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 26. Análisis de menú favorito



Precio promedio

$$(7500+10500)/2 \times 0,51 + (10501+13500)/2 \times 0,49 =$$

\$10.470 Promedio de valor a pagar.

Análisis: El plato favorito fue el menú 5 con el 28%, le sigue el menú 4 con 25% y el menú 3 con el 20%, esta información será valiosa para el nuevo restaurante en la planeación de la producción de los diferentes platos porque ahora ya se sabe cuáles son los favoritos de los clientes, por otro lado se analiza que los 5 menús son aceptados por el mercado objeto ya que la diferencia porcentual de aceptación de uno al otro es muy poca.

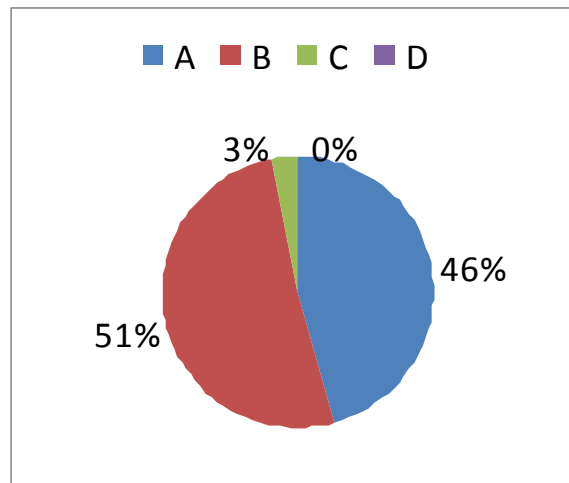
23. ¿Cuántos días visitaría el nuevo restaurante de comida saludable?

Cuadro 36. Promedio de visita

Ítem	Total	Porcentaje
A. 1 vez a la semana	107	46%
B. Entre 2 y 3 veces a la semana	121	51%
C. 5 veces a la semana	7	3%
D. Otro ¿cuál?	0	0%
Total	235	100%

Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 27. Promedio de visita



Promedio de visita x veces x semana

$$1 \times 0.46 + 2.5 \times 0.51 + 5 \times 0.03 = 1.88 \text{ Veces por semana}$$

Análisis: De las personas encuestadas el promedio de visita sería de 1.88 veces por semana garantizando, es una buena frecuencia de utilización del servicio si se compara con el actual que es muy similar.

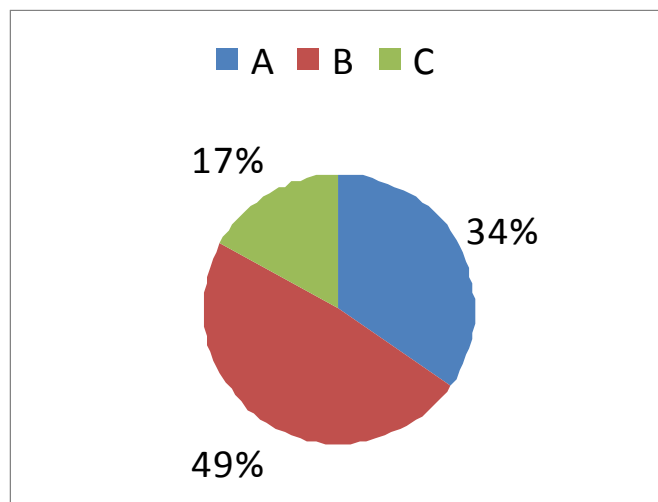
24. ¿Qué tipo de decoración le gustaría que tuviera el nuevo restaurante?

Cuadro 37. Tipo de decoración

Ítem	Total	Porcentaje
A. Cuadros típicos	81	34%
B. Cuadros modernos	114	49%
C. Otra ¿cuál? - Sin cuadros, diferente, rustico, chino, antiguo y campestre	40	17%
Total	235	100%

Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 28. Tipo de decoración



Análisis: Según lo observado en la Gráfica 30. De las personas encuestadas el 49% prefieren cuadros modernos

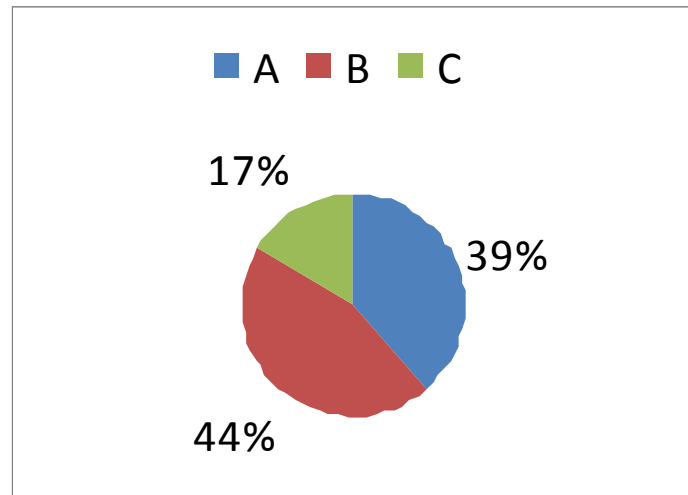
25. ¿Qué clase de música le gustaría que tuviera el nuevo restaurante?

Cuadro 38. Clase de música

Ítem	Total	Porcentaje
A. Instrumental	91	39%
B. Clásica	105	44%
C. Otra ¿cuál? - baladas, típica, romántica, años 60, ninguna, llanera	39	17%
Total	235	100%

Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 29. Clase de música



Análisis: Según lo observado en la Gráfica 31 de las personas encuestadas el 44% prefiere música clásica, pero también con un 39% música instrumental, indicando esto un gusto por esta música.

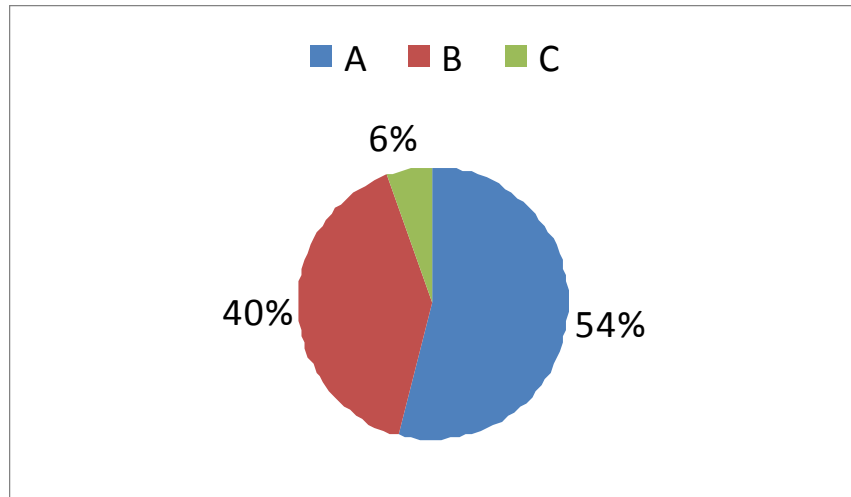
26. ¿Qué tipo de mesa y sillas le gustaría que tuviera el nuevo restaurante?

Cuadro 39. Gustos en mesas y sillas

Ítem	Total	Porcentaje
A. Clásicas de madera	127	54%
B. Modernas metálicas	95	40%
C. Otra ¿cuál?	13	6%
Total	235	100%

Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 30. Gustos en mesas y sillas



Análisis: Según lo observado en la Gráfica 32, de las personas encuestadas el 54% prefieren sillas y mesas clásicas de madera pero un 40% también lo prefieren modernas metálicas.

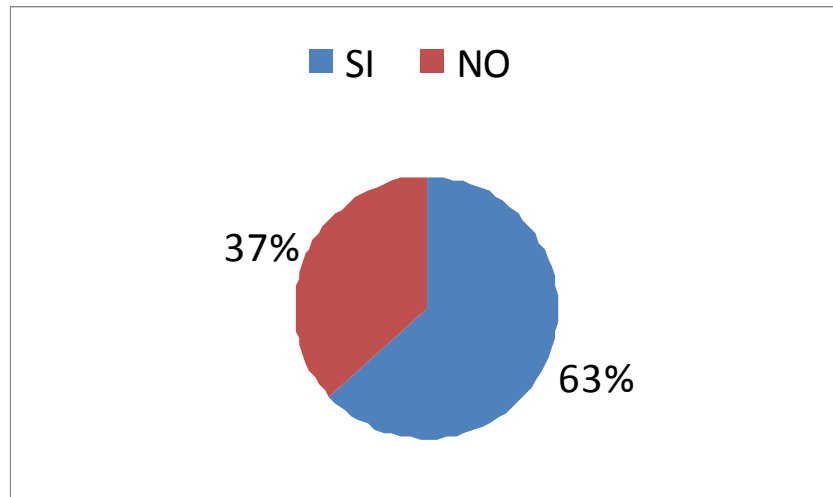
27. ¿Le interesaría mirar videos cortos, de menos de 10 minutos de duración sobre la temática de comida saludable?

Cuadro 40. Le gustaría mirar videos cortos

Ítem	Total	Porcentaje
Si	148	63%
No	87	37%
Total	235	100%

Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 31. Le gustaría mirar videos cortos



Análisis: Según lo observado en la Gráfica 33. De las personas encuestadas el 63% les gustaría escuchar temáticas sobre comidas saludables, indicando esto un deseo de servicio sobre los clientes.

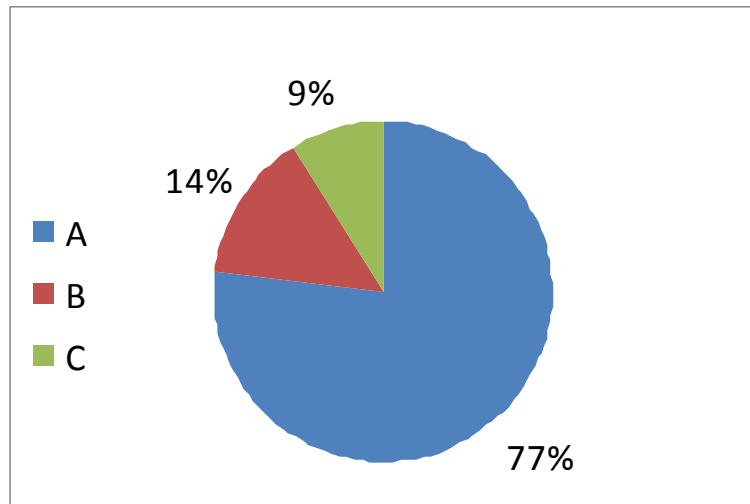
28. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que ofreciera el nuevo restaurante?

Cuadro 41. Servicios adicionales

Ítem	Total	Porcentaje
A. Domicilios	181	77%
B. Reservas	33	14%
C. Otro ¿cuál? - Servicio de buffet y sala de descanso	21	9%
Total	235	100%

Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 32. Servicios adicionales



Análisis: Según lo observado en la Gráfica 37. De las personas encuestadas el 77% prefieren como servicio adicional el domicilio, debido a que son personas que trabajan y es difícil el salir a comprar el almuerzo por tiempo o comodidad.

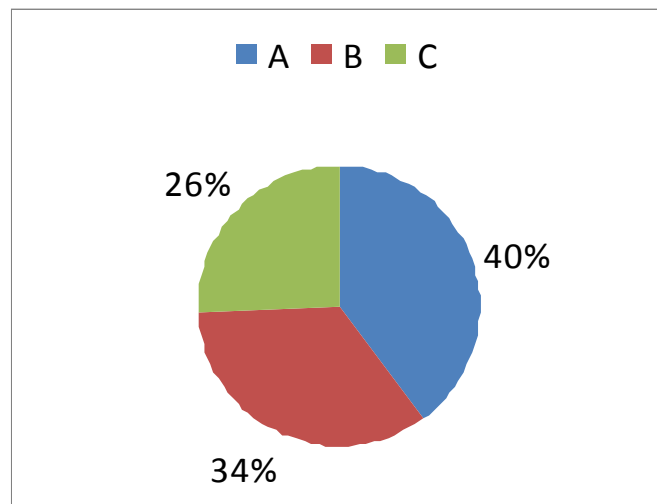
30. ¿En qué sitio le gustaría que estuviera ubicado el nuevo restaurante?

Cuadro 42. Preferencia de ubicación del restaurante

Ítem	Total	Porcentaje
A. Carrera 36 entre calles 48 a 52	94	40%
B. Carrera 34 entre calles 52 a 56	80	34%
C. Otra cual: - cañaveral, aurora, Sotomayor, cerca a la UIS, real de minas, centro y cr. 33 con 48	61	26%
Total	235	100%

Fuente: Autor del proyecto

Gráfica 33. Preferencia de ubicación del restaurante



Análisis: Según lo observado en la Gráfica 35. De las personas encuestadas el 40% prefieren que el restaurante este situado entre Carrera 36 entre calles 48 a 52. Indicándonos esto la mejor ubicación del restaurante.

2.6 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE LA DEMANDA

Se observa que este tipo de negocio amerita mejoramiento en cuando a la atención al cliente. Todo esto obliga a pensar que se hace necesario cambiar los

hábitos alimenticios por menús balanceados con materia prima de buena calidad. El mayor desafío sin duda lo constituye posicionarse en el mercado buscando la satisfacción de las necesidades de los clientes, la mejora continua y acaparando las preferencias de los consumidores para permanecer en el mercado.

Se recolectó la información necesaria para analizar la demanda por medio de las siguientes variables:

- Hábitos de uso del servicio de restaurante y frecuencia de asistencia a los mismos por semana ó quincena.
- Actualmente los clientes qué restaurantes visitan y desde hace cuánto tiempo?
- Actitud de compra de los clientes potenciales y cuál es su plato preferido?
- Características y necesidades de los clientes a la hora de visitar el restaurante

Teniendo en cuenta estos factores, se podrá determinar si es viable o no, desarrollar el proyecto determinando cuán beneficioso sería la puesta en marcha del mismo, así como los costos proyectados y la competencia que pueda amenazar o frenar el desarrollo de la propuesta de instalar un restaurante en este sector.

2.6.1 Evolución histórica de la demanda. Para realizar este análisis de personas que utilizan los restaurantes en la zona de Cabecera de la ciudad de Bucaramanga, se verificó los datos en el DANE, COTELCO y en todas las instituciones que manejan información estadística, para lo cual se detectó que no hay registro históricos que puedan evidenciar la evolución de los clientes que visitan los restaurantes.

2.6.2 Proyección de la demanda. Población que trabajan en el sector: 2.498 personas. El 71% es usuario frecuente de restaurantes según pregunta N° 1: 1.773 personas que asisten con frecuencia a restaurantes.

Según pregunta 3, Promedio de veces es la frecuencia de visita al restaurante:
 $0.34 \times 1 + 0.48 \times 3 + 0.13 \times 5 + 0.04 \times 0.5 = 2.45$ Veces Por Semanapor lo tanto:
 Demanda Actual: 1.773 personas que asisten a restaurantes X 2.5 veces/semanas
 X 1 almuerzo/persona= 4.432 almuerzos/semana X 52 semanas/año = 230.464
 almuerzos/año en el sector de Cabecera del Llano

Cuadro 43. Proyección de la demanda del producto

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda Total/anual	230.464	232.815	235.189	237.588	240.012
Crecimiento poblacional		1,02%	1,02%	1,02%	1,02%

La demanda actual es de 230.464 almuerzos anuales y la proyección hasta el año 2015, es de 240.012, de esta forma se puede determinar el tamaño del proyecto.

2.7 OFERTA

2.7.1 Necesidades de información. Teniendo en cuenta las diferentes variables que constituyen la Oferta (competencia, precio, canal de comercialización, publicidad, promoción, etc.)

a) Información sobre la competencia, para conocer la clase de almuerzos que ofrecen.

b) Información sobre la competencia, para identificar las características del producto, la calidad y el precio que ofrecen.

c) Información sobre el canal de comercialización de la competencia, publicidad y promoción, para conocer cuál es el mejor canal para ofrecer el producto.

d) Información sobre la evolución histórica de la competencia, para comprender y conocer las tendencias futuras de este sector y clase de productos.

2.7.2 Situación actual de la competencia. La zona Cabecera es un sector empresarial y comercial por la tanto muy concurrido con diversidad de restaurantes para todos los gustos, es apropiado afirmar que hay personas que se desplazan de otros sectores buscando su alimentación preferida.

A continuación se relacionan los restaurantes especializados en comida saludable:

- **Tavolo Gourmet**

Cra. 35 No 48-84

Colombia - Santander, Bucaramanga

- **Fortalezas:**

Platos: Platos a la carta

Especialidad: Comida Italia, Thai y fusión, platos especiales

Clientes: Estrato 5 y 6

Precios: 10.000 a 30.0000

Tamaño: Mediano aproximadamente área 130 m², 40 mesas para 160 clientes,

Antigüedad: 2 años

Es un restaurante orientado a generar propuestas interesantes en cuanto a comida gourmet se refiere, esto, sumado a la experiencia de 4 años fusionando para los habitantes de la ciudad sabores de origen Italiano, Thai y fusión; han hecho que hoy por hoy, Tavolo Gourmet sea considerado uno de los mejores referentes en cuanto a comida de Chef se refiere. Los platos servidos, más que recetas preconcebidas y replicables en cualquier otro establecimiento, son una interpretación muy personal del chef donde el comensal tiene la posibilidad de dar

a su paladar una mezcla cosmopolita con sabores ligeros provenientes de ensaladas, o sabores más fuertes como es el pescado y la carne.

- **Albahaca**

Cl. 37 N° 52 - 133

Colombia - Santander, Bucaramanga

Teléfonos: (57) (7) 6850640

- Fortalezas

- Restaurante de comida saludable.(verduras crudas o cocidas, granos, cereales, productos a base de soya como carnes frías, no carnes de res, ni pescado, ni pollo, ni cerdo, ni ningún tipo de carne.)
- Platos; menús seleccionados por el mismo cliente a su gusto por ejemplo: arroz con verduras, solo verduras, pastas con verduras y diversas combinaciones.
- Especialidad: Restaurante de comida saludable.
- Clientes: Estrato 4 y 5
- Tamaño: 3 niveles pero es pequeño como para 50 personas
- Precios: 10.000 y 30.000
- Antigüedad: 3 años.
- Utiliza productos de buena calidad ayudan así a garantizar un almuerzo completamente saludable.

- Debilidades

- Solo ofrecen verduras y productos vegetarianos
- No tiene una amplia gamas de menú, no ofrecen carnes, siendo un alimento preferido en la cultura santandereana y hace parte de un almuerzo y eso es difícil de cambiar³²
- Más de dos años en el mercado

³² COMIDAS. Disponible en Internet: [http://pwp.supercabletv.net.co/garcru/colombia/ Colombia/comidas.html](http://pwp.supercabletv.net.co/garcru/colombia/Colombia/comidas.html)

- Utiliza productos de buena calidad como aceite de oliva y otros aceites vegetales e integrales ayudan así a garantizar un almuerzo completamente saludable.
- Solo ofrecen verduras y productos vegetarianos
- No tiene una amplia gama de menú, no ofrecen carnes, siendo un alimento preferido en la cultura santandereana y hace parte de un ALMUERZO y eso es difícil de cambiar

- **Restaurante Vegetariano Delicias Naturales**

Cl. 35 48-42

Colombia - Santander, Bucaramanga

Teléfonos: (57) (7)6437694

- **Fortalezas**

- Precios están diseñados para personas de estrato alto
- Más de dos años en el mercado
- Buen servicio al cliente
- Excelente ubicación de Cabecera
- Especializados en comida vegetariana precisar algunos platos
- Cumple con medidas de higiene

- **Debilidades**

- Falta estrategias de mercadeo y publicidad
- No tiene platos a la carta
- No ofrece variedad de productos

- **Govinda's Restaurante Vegetariano**

CR 20 34-61

Colombia - Santander, Bucaramanga

Teléfonos: (57) (7)6304154

- Fortalezas

- Más de dos años en el mercado
- Buen servicio al cliente
- Excelente ubicación de Cabecera
- Especializados en comida vegetariana

- Debilidades

- Falta el servicio de asesoría nutricional para clientes
- Esta retirado del sector de Cabecera
- No cumple con todas las medidas de higiene
- Falta estrategias de mercadeo y publicidad
- No tiene platos a la carta
- No ofrece variedad de productos

• Nutrimos Restaurante Light

Cl. 34 21-27

Colombia, Santander, Bucaramanga

Teléfonos: (57) (7) 6422995

Fortalezas

- Precios módicos
- Más de dos años en el mercado
- Menús de alimentos acordes a los requerimientos de los clientes
- Buen servicio

Debilidades

- Falta el servicio de asesoría nutricional para clientes

- Falta publicidad
- Esta retirado del sector de Cabecera
- No cumple con todas las medidas de higiene
- No tiene platos a la carta solo el menú del día

- **Mercagan:**

Cra 34 N. 44 -84

Colombia, Santander, Bucaramanga

- **Debilidad:**

No ofrece almuerzos corrientes o ejecutivos los precios son para un nivel económico alto

- **Fortaleza:**

Manejan tarjeta de crédito, es reconocido por su calidad, cuenta con diferentes sucursales.

Más de dos años en el mercado

Buen servicio al cliente

Excelente ubicación de Cabecera

Precios entre 15.000 y 40.000

- **El Imperio Chino:**

Calle 52 N. 36 19

Colombia, Santander, Bucaramanga

- **Debilidad:**

No ofrece platos típicos de la región.

- **Fortaleza:**

Posee parqueadero y maneja precios cómodos.

Precios: 8.000 a 16.000

- **Restaurante El Limonal:**

Cra 32 N. 36 -23

Colombia, Santander, Bucaramanga

- **Debilidad:**

El servicio no es muy bueno

Faltan estrategias de mercadeo y publicidad

No tiene platos a la carta

No ofrece variedad de productos

- **Fortaleza:**

Posee una variedad de menús y parqueadero.

2.8 OFERTA ACTUAL

A pesar de que se visitaron varios restaurantes y se les indagó por la cantidad de almuerzos que estaban ofertando, no suministraron dicha información por lo tanto no será posible cuantificar la oferta actual.

La mayoría de restaurantes en Cabecera son de almuerzos corrientes o ejecutivos, también son restaurantes de menús especializados, los restaurantes de almuerzos saludables son muy pocos según se nombraron en el estudio de la competencia, por tal motivo no es posible determinar la oferta actual para almuerzos saludables.

2.8.1 Proyección de la oferta. Como no hay cifras de oferta histórica, ni de oferta actual, no será posible proyectar la oferta en los siguientes años.

2.8.2 Determinación de la demanda insatisfecha. La demanda y la oferta se relacionan a través de la siguiente ecuación:

$$\text{Demanda Insatisfecha} = \text{Demanda Proyectada} - \text{Oferta Proyectada}$$

Como no fue posible cuantificar la demanda proyectada, ni la oferta proyectada tampoco se podrá determinar la Demanda Insatisfecha. Sin embargo lo anterior no significa que no exista dicha demanda, con base en la investigación de mercados realizada se encontró que gran parte de los empleados de Cabecera estarían interesados en visitar un nuevo restaurante de comida saludable, ver preguntas 21 y 22.

Demanda Insatisfecha = 2.498 empleados de Cabecera X 0.97 que estarían dispuestos a comer comida saludable = 2.423 empleados de Cabecera que asistirían al nuevo restaurante X 0.87 que asistiría al nuevo restaurante=

Demanda Insatisfecha = 2.108 empleados que asistirían al nuevo restaurante X 1.88 veces/ semanas X 52 semanas/Año X 1 almuerzo/día =

Demanda Insatisfecha: 206.078 almuerzos por año

Cuadro 44. Demanda Estimada

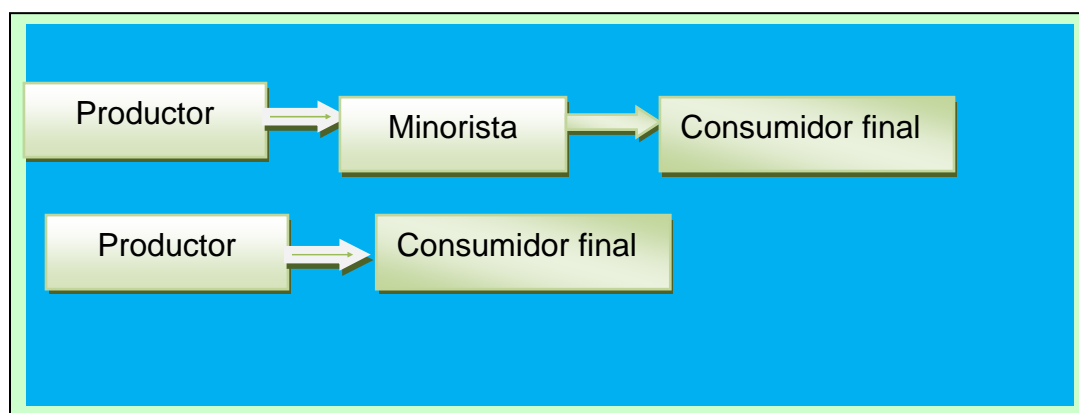
Aplicación Menú/ Encuesta # 22		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Crecimiento Poblacional			1,02%	1,02%	1,02%	1,02%
Menú 1. carne en bistec	11%	22.669	22.900	23.133	23.369	23.608
Menú 2. Pernil de pollo en finas hierbas	16%	32.972	33.309	33.649	33.992	34.338
Menú 3. Pechuga Grille	20%	41.216	41.636	42.061	42.490	42.923
Menú 4. Goulash (carne picada con verduras)	25%	51.520	52.045	52.576	53.112	53.654

Menú 5. Róbalo a la plancha	28%	57.702	58.290	58.885	59.486	60.092
Total Demanda Estimada /Anual		206.078	208.180	210.303	212.449	214.616

Fuente: Autor del proyecto

2.8 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Grafica 34. Canales de comercialización



2.8.1 Canales de comercialización actuales

-Directo (del Productor o Fabricante a los Consumidores): este tipo de canal no tiene ningún nivel de intermediarios, por tanto, el productor o fabricante desempeña la mayoría de las funciones de mercadotecnia tales como comercialización, transporte, almacenaje y aceptación de riesgos sin la ayuda de ningún intermediario³³

Esta es la estructura de comercialización más corta, en donde se da la venta directa del productor al usuario final, sin la intervención de intermediarios.

³³ <http://empresashiac.blogspot.com/>

El productor puede manipular los precios a su criterio propio, lo que puede afectar al usuario final.

-Indirecto (del Productor o Fabricante a los Detallistas y de éstos a los Consumidores): este tipo de canal contiene un nivel de intermediarios, los detallistas o minoristas (tiendas especializadas, almacenes, supermercados, hipermercados, tiendas de conveniencia, gasolineras, boutiques, entre otros). En estos casos, el productor o fabricante cuenta generalmente con una fuerza de ventas que se encarga de hacer contacto con los minoristas (detallistas) que venden los productos al público y hacen los pedidos.

2.8.2 Selección del canal de comercialización. Será de canal de Comercialización Directo al Consumidor, el cual está establecido por el establecimiento comercial y el cliente final, con las siguientes ventajas:

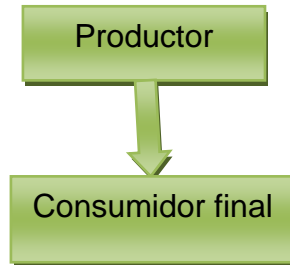
-Permite fijar precios económicos para obtener un mayor beneficio por volumen de ventas, lo que beneficia al usuario final que paga lo justo.

-El producto llega en perfecto estado al usuario final.

-Facilita el contacto directo entre el productor y el usuario final, con la posibilidad de escuchar la voz del cliente.

-Agiliza la adaptación a los cambios del mercado o del producto

Figura 4. Canal de comercialización



-Estructura de los canales actuales. Los restaurantes utilizan este canal de comercialización estratégicamente debido a que la alimentación es un servicio necesario e inmediato donde el consumidor requiere atención adecuada, sin intermediarios.

2.9 PRECIO

El establecimiento del precio es de suma importancia pues éste influye más en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio. Lo que buscan los consumidores es la mejor relación entre calidad y precio como variable de decisión de compra. Estos precios son justos y estarán sujetos a promociones y a gustos de los clientes.

Los precios a establecer, se basarán de acuerdo a las manifestaciones observadas en las respuestas de la pregunta No.4 de la encuesta de la demanda, que precio paga normalmente por un almuerzo, el promedio de pago por almuerzos corriente es de \$6.550 y el promedio de pago para platos a la carta y/o especial es de \$16.228. También se tendrán en cuenta los precios que maneja la competencia, los cuales son:

Cuadro 45. Precios de almuerzos de la competencia

Restaurantes	Precio Almuerzo
Albaca	12.000
Tavolo Gourmet	16000
Restaurante Vegetariano	7.000
Delicias Naturales	6.500
Limonal	6000
Mercagan	18.000
Restaurante Comida China	12.000

2.9.1 Estrategias de fijación de precios. Los precios son el principal mecanismo de ajuste de la oferta y la demanda, ya que el precio de cualquier bien, en una economía de libre mercado, tiene que alcanzar el punto donde se equilibre la producción y el consumo: este precio de equilibrio refleja el punto donde concuerda lo que los productores pueden costear y lo que los consumidores están dispuestos a pagar. Por lo tanto, los precios determinarán qué y cuánto se produce, cómo se produce y quién puede comprarlo.

-El restaurante ejecutivo fijará sus precios tomando en cuenta los costos de generación del producto y servicio más el margen de rentabilidad.

-Considerando el margen de utilidad esperado, se va a ofrecer un precio de fácil acceso al mercado.

2.10 PUBLICIDAD Y PROMOCION

2.10.1 Objetivos

-Informar y convencer a los clientes que un almuerzo saludable es el mejor aporte que pueden brindar a su salud.

- Ganar preferencia de los clientes.
- Crear confianza en el cliente para que adquiera el producto.
- Lograr que el cliente tenga recordación del restaurante.
- Dar a conocer las ventajas de un almuerzo saludable.
- Informar el lugar donde puede adquirir un almuerzo saludable.

2.10.2 Logotipo. El logotipo tiene color verde que representa un sentimiento de confort y relajación, de calma y paz interior, que nos hace sentir equilibrados interiormente, color naranja que estimula las emociones e incluso el apetito.

Grafica 35. Logotipo



2.10.3 Lema. El lema que tendrá la empresa será con el fin, de lograr la identificación del restaurante por parte de los clientes, en este caso dirá “Ponle un toque verde a tu vida” porque el restaurante quiere lograr ese poderío en el sector de restaurantes saludables combinando comida sana (verduras, frutas, etc.).

2.10.4 Análisis de medios. . Con el objeto de seleccionar los medios publicitarios adecuados para el restaurante se debe determinar el alcance, la frecuencia y el impacto que se pretende alcanzar.

-Alcance. Se pretende llegar a los habitantes de Bucaramanga especialmente a los del sector de Cabecera del Llano.

-Frecuencia. Se desea que la población quede expuesta al mensaje que transmita cada medio.

-Impacto. Se busca que los habitantes de Bucaramanga alcancen el impacto normal de la comunicación, siempre que el mensaje sea claro y preciso para el consumidor.

Entre dichos medios se tiene:

-Se utilizará aviso frontal en la parte de afuera del local.

-Dentro del local se colocarán carteleras informativas con el fin de vender imagen corporativa y visualizar salud.

2.10.5 Selección de medios. Los medios seleccionados para la publicidad del restaurante serán:

-Tarjetas de presentación. Estas permiten que el cliente se informe del restaurante que suministra un almuerzo saludable.

-Volantes. Permiten que el mensaje se sienta más personal y resulte convincente.

-Avisos en directorio telefónico. Estas son importantes para que el ganadero conozca los beneficios del producto, la calidad y los precios.

-Pautas radiales. Este medio es importante porque la radio cabe en todas partes, es económica, no requiere de cables, de visión, su soporte es el sonido (Unisensorial); con energía o sin ella funciona, tiene un largo alcance.

-Folletos. Es un arma imbatible para acercarse al público masivo y demostrar que una empresa tiene existencia real, en un mundo en el que las relaciones parecen volverse cada vez más abstractas e intangibles.

2.10.6 Estrategias publicitarias. Planear la promoción y publicidad es muy importante porque de ahí se definen los parámetros a seguir para el logro de los objetivos y de esta manera llegar al público deseado.

Invitación a la inauguración, entregando gratis servicio de asesoría alimenticia y/o dieta balanceada, esta oferta será una sola vez por persona y estará abierta la promoción por un mes; la invitación es para amigos, los amigos de los amigos por referidos, familiares propios, familiares de los amigos, tipo referido y con invitación telefónica, entrega de volantes con un detalle específico del producto y servicio y tarjetas de presentación para facilitar la ubicación del restaurante.

2.10.7 Presupuesto de publicidad y promoción

2.10.7.1 De lanzamiento

Cuadro 46. Presupuesto de lanzamiento

Medios	Cantidad total	Precio Unitario	Valor total
Folletos de presentación	500	\$ 400	\$ 200.000
Volantes	1.000	\$ 350	\$ 350.000
Coctel de lanzamiento	300	\$ 5.000	\$ 1.500.000
Aviso Frontal	1	\$ 450.000	\$ 450.000
Carteleras informativas	5	\$ 50.000	\$ 250.000
Suvenires	400	\$ 1.700	\$ 680.000
TOTAL			\$ 3.430.000

2.10.7.2 De operación

Cuadro 47. Presupuesto de operación anual

Medios	Cantidad total	Precio Unitario	valor mensual	Valor total
Pautas publicitarias	100	\$ 1.500	\$ 150.000	\$ 1.800.000
Publicación en directorio	1	\$ 66.000	\$ 67.500	\$ 810.000
TOTAL				\$ 2.610.000

2.11 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL ESTUDIOS DE MERCADOS

El proyecto tiene grandes posibilidades de desarrollo porque está orientado a satisfacer las necesidades de la población de Bucaramanga que cada día busca alimentarse de una manera saludable para mejorar la calidad de vida.

Algo importante de destacar es la demanda insatisfecha existente y el grado de aceptación que tendría el proyecto, debido a que se ofrece un almuerzo saludable y con precios cómodos que ayuda a satisfacer las necesidades de los consumidores.

Aunque se sabe que para incursionar en el mercado se requiere de esfuerzos publicitarios y apropiados para darse a conocer rápidamente; contaría con una estructura física pequeña pero dotada de un excelente grupo de trabajo que proponga calidad, seguridad y cumplimiento.

Se debe mantener un excelente producto al cliente en todo momento y tener presente, que es el cliente, el factor más importante para que la empresa surja y permanezca en el mercado.

De acuerdo a lo expresado por la mayoría de los consumidores, prefieren ir a un restaurante que sea reconocido y que esté cerca a su oficina o lugar de trabajo porque encuentra algunos beneficios en cuanto al almuerzo y a la atención.

El aspecto más positivo de la encuesta a los consumidores, fue la aceptación y el aprecio por los almuerzos saludables, ya que se ha logrado adquirir una conciencia de que el almuerzo debe contener los nutrientes necesarios para mantener una buena salud.

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. Corresponde al comportamiento existente entre la dimensión del mercado y la capacidad de atenderlo, según los recursos disponibles. El tamaño está dado por la capacidad de producción que se define como el volumen de unidades que se pueden producir durante un período determinado, donde se diferencia la capacidad normal viable y la capacidad nominal máxima.

La capacidad normal viable, es la que se logra en condiciones normales de trabajo, teniendo en cuenta no solo el equipo instalado y las condiciones técnicas de la planta, sino también el sistema de gestión aplicado.

3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto

-El mercado. Mercado es el factor principal para la determinación del tamaño del proyecto, dependiendo de la demanda insatisfecha de almuerzos saludable que se ha determinado para el sector que conforma la población objetivo. La Cobertura de este proyecto es del 50% con respecto a la demanda insatisfecha

-Las finanzas. Los costos de infraestructura y adecuación, es un factor importante que ameritan acudir al recurso financiero ofrecido por empresas que ofrecen línea de crédito para la puesta en marcha de la empresa luego es un factor limitante para el tamaño.

-La tecnología y equipos. En Bucaramanga se pueden obtener los equipos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, la tecnología y maquinaria

especializada no es un factor condicionante ya que prima la excelente atención y conocimientos profesionales en preparación de alimentos saludables, por lo tanto este proyecto tendrá maquinaria básica para desarrollar su actividad.

-La infraestructura: no es un factor condicionante para esta nueva empresa que no requiere de una gran infraestructura y como todo restaurante requiere de un espacio amplio para las mesas para atender a los clientes, eso es lo más importante, aunque también se requiere de un espacio para la cocina.

-Mano de obra. Este factor no es condicionante puesto que el recurso humano requerido para estas labores está disponible en la ciudad de Bucaramanga y su Área Metropolitana.

-Suministros y materias primas. Son requeridas para el desarrollo de las actividades propias del restaurante, no presentan limitantes en su consecución, debido a que en Bucaramanga se encuentran comercios con la disponibilidad de suministrar lo requerido.

-La planta física del restaurante. Debe contar con dos secciones claves como son: Área de servicio al cliente (comedor) y área de producción (cocina), las cuales deberán ser amplias, funcionales, cómodas y aptas para la producción de 151 almuerzos ejecutivos diarios

3.1.3 Capacidad del proyecto. La capacidad del proyecto se define en términos de la cantidad de almuerzos solicitados y los que se van a producir en un año de funcionamiento.

El número de almuerzos que podrá ofrecer el restaurante se debe determinar calculando tres capacidades que son la diseñada, instalada y la utilizada.

3.1.3.1 Capacidad total diseñada. La capacidad total diseñada corresponde a la máxima capacidad del restaurante con la cual se proyecta el servicio, de acuerdo con la necesidad de la demanda y los datos obtenidos del estudio de mercados. La capacidad física debe permitir la atención y comodidad para efectuar las labores del personal involucrado.

La capacidad diseñada corresponde al máximo de clientes que se pueden atender en el horario de 12:00 a.m. hasta 2:00 p.m., tiempo que es utilizado por el cliente objetivo para almorzar, contando que por clientes atendidos se utiliza 3 minutos de servicio y que se va a contar con tres personas de atención y servicio al cliente.

- 2 horas día = 120 minutos
- Cada servicio = 3 minutos
- Total servicios diarios = 40

Total capacidad diseñada

- 3 Personas X 40 servicios/persona = 120 Servicios De Almuerzos Diarios
 - 120 X 5.5 "5.5 días" = 660 almuerzos semanales
 - 660 X "4 semanas" = 2.640 almuerzos al mes
- 31.680** almuerzos al año

Esta capacidad corresponde al máximo de clientes atendidos en el negocio por el personal de atención al cliente con el apoyo de los demás funcionarios que hagan parte del equipo de trabajo.

3.1.3.2 Capacidad instalada. Se refiere a la capacidad máxima disponible permanente, Contando con las variables de efectividad en la atención al cliente de 3 minutos y de afluencia de público, se calcula la capacidad instalada del 87% (según encuesta de la demanda pregunta 21) de la capacidad diseñada, lo cual significa que la capacidad instalada permitirá atender 104.4 almuerzos diarios.

Total Capacidad Instalada

104 Diarios X 5.5 días/Semana X 4 semanas/mes X 12 meses/año =

27.456 almuerzos al año.

3.1.3.3 Capacidad utilizada. Corresponde a la capacidad a utilizar en la empresa. Este proyecto cubrirá el 10.25% de la demanda insatisfecha con la capacidad a utilizar es de 80 almuerzos diarios, siendo el 77% de la capacidad instalada para el primer año.

80 Almuerzo/día X 5.5días/semana X 4semanas/mes X 12meses/año = **21.120** almuerzos por año.

-Participación en el mercado:

Capacidad utilizada Año / Demanda insatisfecha Año

21.120 almuerzos / 206.078 almuerzos = 10.25% participación del mercado insatisfecho

Cuadro 48. Proyección de almuerzos/menú al año

	Año 1	Año2	Año3	Año4	Año5
Menú 1. carne en bistec	3840	4032	4234	4445	4668
Menú 2. Pernil de pollo en finas hierbas	3840	4032	4234	4445	4668
Menú 3. Pechuga Grille	4320	4536	4763	5001	5251
Menú 4. Goulash (carne picada con verduras)	3840	4032	4234	4445	4668
Menú 5. Róballo a la plancha	5280	5544	5821	6112	6418
TOTAL ALMUERZOS AL AÑO	21120	22176	23285	24449	25671
PORCENTAJE DE CRECIMIENTO ANUAL*		5%	5%	5%	5%
PORCENTAJE CAPACIDAD UTILIZADA	77%	81%	85%	89%	93%

Fuente: Autor del proyecto

*El porcentaje de crecimiento 5% es el esperado para los próximos cinco años realizando diferentes estrategias comerciales y de mercadeo, como es la calidad de los productos y el excelente servicio al cliente para lograr posicionamiento del restaurante en la ciudad de Bucaramanga.

3.2 LOCALIZACIÓN

El análisis de la localización permitirá establecer el sitio específico donde se establecerá el proyecto, evaluando las ventajas y beneficios que ofrece el mismo. El proyecto influirá principalmente sobre la población de Bucaramanga, el cual estará dirigido a encontrar el mejor sitio en el cual se realizará la operación del negocio, buscando la mayor utilidad o una minimización de costos, el cual comprende la macro localización y micro localización.

3.2.1 Macrolocalización. El término se refiere a las características propias del macro ambiente sobre el cual se ha de ubicar la instalación física de la empresa, analizando como influye cada uno de los factores en la toma de decisiones.

La ubicación será en la ciudad de Bucaramanga teniendo en cuenta algunas condiciones favorables como:

-Ser la zona de influencia del proyecto correspondiente al área de acceso a Bucaramanga.

-La disponibilidad de insumos y condiciones de precio de los productos.

-Condiciones generales del nivel de vida de la población

3.2.2 Microlocalización. Se tienen tres alternativas para iniciar el proyecto respectivo, a continuación se describe brevemente las cualidades de cada una y se elige la mejor a través del sistema de asignación de puntos.

-Calle 56 carreras 27 y calle 36. Es este sector hay un local disponible, que presenta ventajas sobresalientes como:

- Es un local de más o menos 240 m², con zona de parqueadero de fácil acceso.
- Legalmente se puede adecuar el local para este tipo de empresa.
- Los costos de arrendamiento y servicios serían mínimos.
- El impacto social es aceptable.

-Calle 52 carreras 36 y carrera 37. En este sector se encuentra la casa de un familiar de los futuros socios, es una casa de 180 m² de los cuales hay disponibilidad de 100 m² independientes de la habitación de sus residentes actuales. La ventaja en este sector son los bajos costos de arrendamientos y servicios mínimos.

-Calle 48 carreras 34 y 35. Hay varios locales, que presentan instalaciones con muy buena presentación comercial, pero hay pocas zonas de parqueo y el impacto social no sería muy ventajoso.

METODO DE ASIGNACIÓN DE PUNTOS PARA LA LOCALIZACIÓN

-Selección y definición de los factores

- 1. Tamaño del terreno.** Se requiere de un predio que tenga unos 70 mt², con espacio específico para dos secciones, recepción y despacho.
- 2. Acceso y parqueo.** Facilidad para el estacionamiento y acceso a la empresa, para los vehículos y automotores de los clientes y empleados.
- 3. Costos de arrendamiento.** Erogaciones mensuales causadas por el uso de las instalaciones para brindar un almuerzo saludable.

4. Costos de servicios. Disponibilidad de los servicios y gastos ocasionados por éstos.

5. Impacto Social. El grado de interés despertado en el público para que haya o no afluencia de consumidores.

6. Seguridad de la zona. El grado de disposición del tiempo en la Jornada de trabajo de presentarse problemas de inseguridad.

-División de los factores en grados

Factor 1: Tamaño del terreno

- Grado 1 Malo: Predio de menos de 240 m²
- Grado 2 Regular: Predio de más de 240 m²
- Grado 3 Bueno: Predio de 240 m²

Factor 2: Acceso y parqueo

- Grado 1 Malo: No tiene sitios disponibles
- Grado 2 Regular: Las zonas de parqueo están a una determinada distancia
- Grado 3 Bueno: Disponibilidad de parqueadero

Factor 3: Costos de arrendamiento

- Grado 1 Muy costoso: \$1.200.000
- Grado 2 Costoso: \$800.000
- Grado 3 Económico: \$600.000

Factor 4: Costos de servicios

Grado 1	Muy costoso: \$800.000
Grado 2	Costoso: \$500.000
Grado 3	Económico: \$300.000

Factor 5: Impacto social

Grado 1	Malo: No despierta interés
Grado 2	Regular: Afluencia normal de público
Grado 3	Bueno: Despierta gran interés

Factor 6: Seguridad en la zona

Grado 1	Limitada: Se presentan problemas de inseguridad
Grado 2	Normal: Se puede laborar en horario normal
Grado 3	Amplia: Servicio en horario diurno y nocturno, sin problemas de seguridad

c. Ponderación de factores

Factor 1	Tamaño del terreno	40%
Factor 2	Acceso y parqueo	25%
Factor 3	Costos de arrendamiento	10%
Factor 4	Costos de servicios	5%
Factor 5	Impacto social	5%
Factor 6	Seguridad en la zona	15%
Total		<hr/> 100%

d. Puntuación de factores: Se establecen 500 puntos

Factor 1	500 X 40%	200
----------	-----------	-----

Factor 2	500 X 25%	125
Factor 3	500 X 10%	50
Factor 4	500 X 5%	25
Factor 5	500 X 5%	25
Factor 6	500 X 15%	75
Total		500

e. Puntuación de los grados

A lo más malo se asignó cero (0) y a lo más bueno se asignó el mayor puntaje del factor:

$$K = \frac{\text{Puntaje máximo} - \text{Puntaje mínimo}}{n - 1}$$

$$\text{Ejemplo: } \frac{200 - 0}{3 - 1} = \frac{200}{2} = 100$$

Cuadro 49. Factores

FACTORES	DESCRIPCIÓN	PUNTAJE		Ponderación
Factor 1	Tamaño del Terreno			40%
	Grado 1 Malo	0		
	Grado 2 Regular	100		
	Grado 3 Bueno	200	200	
Factor 2	Acceso y parqueo			25%
	Grado 1 Malo	0		
	Grado 2 Regular	62.5		
	Grado 3 Bueno	125	125	

Factor 3	Costos de arrendamiento			10%
	Grado 1 Muy costoso	0		
	Grado 2 Costoso	25		
	Grado 3 Económico	50	50	
Factor 4	Costos de servicios			5%
	Grado 1 Muy costoso	0		
	Grado 2 Costoso	12.5		
	Grado 3 Económico	25	25	
Factor 5	Impacto Social			5%
	Grado 1 Malo	0		
	Grado 2 Regular	12.5		
	Grado 3 Bueno	25	25	
Factor 6	Horario de atención al público			15%
	Grado 1 Malo	0		
	Grado 2 Regular	37.5		
	Grado 3 Bueno	75	75	
			500	100%

Cuadro 50. Determinación de la ubicación

Factor	Ubicación #1 Calle 56 Carrera 27 Y Carrera 36		Ubicación #2 Calle 52 Carrera 36 Y Carrera 37		Ubicación #3 Calle 48 Carrera 34 Y Carrera 35	
	Grado	Puntos	Grado	Puntos	Grado	Puntos
	1	3	200	2	100	3
2	3	125	2	62.5	3	125
3	3	50	3	50	1	0
4	3	25	3	25	2	12.5
5	2	12.5	1	0	3	25
6	2	37.5	3	75	3	75
		450		312.5		437.5

Utilizando este método se elige como ubicación domiciliaria del proyecto la zona de Cabecera del Llano por factores importantes como zona de afluencia de gente, Es un punto estratégico para la prestación del servicio de almuerzos ejecutivos, es de fácil y rápido acceso para los clientes no interfiere con lo dispuesto en el plan de ordenamiento territorial (POT).

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Para la ingeniería del proyecto es importante estudiar una serie de aspectos básicos que están relacionados directamente con la capacidad de desarrollo y mejoramiento del proyecto para ajustarlo a los procesos que se requieren dentro de las operaciones habituales de una empresa de este tipo.

3.3.1 Descripción técnica de los procesos. Para el proceso de transformación de las materias primas en almuerzos preparados y servidos a la mesa, se desarrolla el siguiente procedimiento:

- Compra y acomodación de materias primas e insumos, colocación adecuada de los elementos, insumos y materias primas necesarias para la preparación de los menús previa a su elaboración para facilitar el transporte interno en el proceso productivo y la eliminación de tiempo ocioso.

- Preparación de los alimentos en estufas, hornos y mesas de trabajo.

- Despacho de menús de acuerdo con los pedidos solicitados por los clientes.

- Lavado de loza, batería, equipos y demás elementos utilizados, Aseo general de la cocina y eliminación adecuada de desechos.


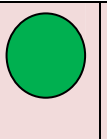
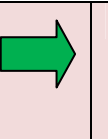
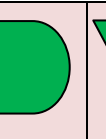
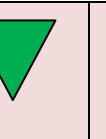













- Proceso de compra de insumos.** El administrador y el jefe de cocina son los encargados de realizar las compras, las cuales se realizarán según la especificación de convenio con los proveedores como son las verduras, frutas y



legumbres entre otras que se comprarán en la central de abastos dos días a la semana, con el objetivo de que se adquiera los mejores insumos al mejor precio.

Proceso de preparación de alimentos

El siguiente proceso de preparación presenta actividades que se desarrollan diariamente para la elaboración de 80 almuerzos en un tiempo de 4.68 horas.

Cuadro 51. Proceso de preparación del los almuerzos

Descripción de la actividad	Número de Operarios						Tiempo
seleccionan los insumos	1						10 Min.
Elaboración de salida de bodega los insumos	1						10 Min
Colocación de los insumos en el mesón	1						5 Min
Revisión de Los productos que estén en buen estado.	2						10 Min
Lavado, pelado y picado de los insumos	2						30 Min
Distribuir la carne, pollo o pescado por porción y adobarla, dejarla lista para preparación. Por parte del jefe de cocina al auxiliar de casina	2						20 Min
Cocción de los alimentos, incluir los ingredientes y aderezos necesarios.	2						60 Min
Preparación de jugos y postres naturales.	1						30 Min
Procesos final de elaboración de pedido (menú)	2						5 Min

solicitado por el cliente							
Despacho del menú solicitado	2						1 Min
Finalización del proceso							0 Min
Tiempo Total							281 Min

-Aplicación de las normas en el proceso HACCP y BMP

-Se aplicará programas de limpieza y desinfección, programa de control de plagas y programa de manejo de residuos sólidos.

-En la elaboración del programa de limpieza y desinfección se evaluarán las características físicas del restaurante para determinar el tipo de limpieza a realizar (seca o húmeda).

- Las actividades de aseo se establecerán por zonas para evitar la contaminación cruzada, se diferenciarán por colores los utensilios de aseo utilizados en cada una de las zonas, y se definirá su uso y modo de almacenamiento.

-La frecuencia será catalogada, dependiendo de los requerimientos de cada zona, en limpieza rutinaria y limpieza especial, posteriormente se diseñarán los POES para lavado de manos, lavado de baños, limpieza del restaurante, lavado de dotación y lavado de utensilios.

-En el Programa de residuos sólidos, se utilizará el decreto 2676 de 2000 para la clasificación de los residuos.

-La aplicación de los POES es un paso esencial dentro del plan de saneamiento, debido a que controla cada una de las etapas de fabricación del alimento, por ello

debe establecerse simultáneamente con el programa de buenas prácticas de manufactura.

-Se brindará formación en inocuidad de alimentos puesto que es un requisito obligatorio para administradores del área y personal manipulador de alimentos.

-Proceso preparación de alimentos por tipo de menú, lotes y tiempo. Cada procedimiento conlleva a un tiempo utilizado, como también es necesario realizar procedimientos simultáneos para ofrecer diarios y almuerzos adicionales con el menú opcional.

Cuadro 52. Procesos de preparación de los menús por lotes y por el tiempo

Menús/50 platos En tiempo de minutos		Lavar	Pelar	Desgranar	Remojar	Picar	Colar	Licuar	Mezclar	Freír	Amasar	Cocinar	Hornear	Azar	Total/ minutos
Carne en bistec/50 platos	Crema de cebolla	5	10		5	15		4	4			30			73
	Carne en bistec-	5	10			10			3	15		25			68
	Arroz con verduras	2	10	4		15	3		2			20			56
	Papa al vapor	3	5								5	20			33
	Ensalada corriente	3	15		10		2		5						35
	Garbanzo				15				5			30			50
	Jugo de mora	15	10					15							40
	Total tiempo menú 1														355
Pernil de pollo en finas hierbas/50 platos	Crema de verduras	5	10		5	10		4	4			30			68
	Pernil de pollo en finas hierbas	5	10			10			3				30		58
	Arroz con espinacas	2				10	3		2			20			37
	Puré de papa	3	5								5	20			33
	Ensalada mixta	3	15		10		2		5						35
	Arveja verde				15				5			30			50

Menús/50 platos En tiempo de minutos		Lavar	Pelar	Desgranar	Remojar	Picar	Colar	Licuar	Mezclar	Freír	Amasar	Cocinar	Hornear	Azar	Total/ minutos
	Jugo de guanábana	15	10					15							40
	Total tiempo menú 2														321
Pechuga Grille/50 platos	Sopa de cebada	5	10		5	10			4			35			69
	Pechuga grille	5	10			10			3	15		25			68
	Arroz con zanahoria	2	10	4		15	3		2			20			56
	Papa salteada con apio	3	5								5	20			33
	Ensalada oriental	3	15		10		2		5						35
	Arveja amarilla				15				5			30			50
	Jugo de durazno	15	10					15							40
	Total tiempo menú 3														351
Goulash (carne picada con verduras)/50 platos	Sopa de avena	5	10		5	10		4	4			30			68
	Goulash	5	10			20			3			25			63
	Arroz perla	2					4					20			26
	Papa criolla	3	5									15			23
	Ensalada verde	3	25		10		2		5						45
	Torta de zanahoria con naranja	5	20					4	5		10		30		74
	Jugo de guayaba	15	10					15							40
	Total tiempo menú 4														339
Róbalo a la plancha/50 platos	Sopa de plátano rallado	5	10		5	10		4	4			30			68
	Róbalo a la plancha					10			5					30	45
	Arroz con perejil	2	10	4		15	3		2			20			56
	Yuca al vapor	3	5								5	20			33
	Ensalada vinagreta	3	15		10		2		5						35
	Torta de verduras	5	20					4	5		10		30		74

Menús/50 platos En tiempo de minutos		Lavar	Pelar	Desgranar	Remojar	Picar	Colar	Licuar	Mezclar	Freír	Amasar	Cocinar	Hornear	Azar	Total/ minutos
	Jugo de lulo	15	10					15							40
	Total tiempo menú 5														351

3.3.2 Manipulación correcta de los alimentos. La manipulación de los alimentos conlleva unos aspectos generales que constituyen un ritual como hábitos a tener en cuenta para evitar la contaminación y entregar un producto de calidad y confiabilidad al cliente. Estos aspectos son: Antes de iniciar labores o después de ir al servicio sanitario, el manipulador debe lavarse las manos con agua y jabón y desinfectarse de ser posible, siempre. Utilizar tabla para picar por separado para cada grupo de alimentos: tabla para carnes, tabla para vegetales y tabla para frutas. No mezclar alimentos crudos con cocinados.

Mantener siempre los alimentos tapados o protegidos, Mantener los alimentos a la temperatura adecuada.

-Proceso de preparación. Los alimentos deben ser lavados, cortados y cocidos, con utensilios y puestos de trabajo limpio y ordenado. No se deben probar los alimentos con la cuchara o cucharón con que se están preparando.

-Conservación de los alimentos. Productos lácteos: siempre deben estar refrigerados. Alimentos enlatados: Una vez abiertos deben ser depositados en recipiente de vidrio o loza con tapa mientras se preparan. Jugos naturales y refrescos: Refrigerar una vez preparados próximos a ser servidos, agregar azúcar al momento de servir. Frituras y aceites: No reutilizar aceites y grasas quemadas

3.3.3 Clasificación de los residuos. Para establecer el control de calidad para el nuevo restaurante se analizarán el tipo de residuos que este tipo de establecimientos genera, la manera como se van a controlar y las consecuencias de un mal manejo de los mismos.

Dentro de los residuos que se generan en el manejo del restaurante se tienen.

-Olores y ruidos. En este sector las principales emisiones a la atmósfera son generadas por combustión, situación que se complica con la producción de humos, normalmente se presentan problemas de olores que pueden llegar a ser excesivos por efecto de la fabricación de los alimentos. El tema de olores normalmente está asociado a operación de fritura de materiales, sobre todo si el aceite comienza a superar el límite de su vida útil, generando humos a menor temperatura compuestos volátiles responsables del olor. No obstante, también se generan problemas de olores excesivos al acumularse los aromas de comida dentro del restaurante. Este factor es manejado ya que se evitarán el consumo de frituras y el manejo de aceites saturados.

Otro factor importante que es producido por la operación del restaurante es el que ocasiona los equipos de extracción de aire y humos del local como compresores y equipos generadores de frío.

-Residuos sólidos. Los principales residuos sólidos del sector corresponden a:

-Restos orgánicos por limpieza de rejillas.

-Restos orgánicos de la preparación de alimentos 1% de total de materias primas que ingresan.

-Restos de alimentos no consumidos y alimentos sobrantes.

-Envases vacíos de materia prima, como bolsas de polietileno, restos de latas, papeles, cartón, cajas y cartones.

-A nivel internacional se ha establecido que cerca del 30% del total de residuos generados en este sector son restos orgánicos (restos de comidas). Se estima que del total de alimento que se vende un 10% no es consumido y que da como residuo.

3.3.4 Control de calidad. El control de calidad e higiene es uno de los aspectos importantes, no solo para proteger al consumidor, sino para mantener la calidad del producto, de modo que se eviten pérdidas económicas por rechazo del consumidor. El control de los productos incluye materias primas y materiales indirectas, productos en proceso y producto terminado.

El control sanitario incluye el control de aguas, desechos, higiene de personal y control de las instalaciones.

-Control de materias primas y materiales indirectos. Garantizar el control necesario en la recepción, selección y almacenamiento de los desechos cárnicos y de vegetales, dichos controles son necesarios para asegurar la calidad final que va a tener el producto.

-Las carnes. Se les realizará una limpieza general bajo chorro de agua y la que se encoja para el plato será de primera calidad, según se muestra en la figura 46.

-Los tubérculos y vegetales. Se les debe establecer un control sobre la circulación de los productos almacenados de modo que los productos que más tiempo llevan en bodega sean los primeros en consumirse. Se destinará un lugar para preparar estos productos, lo que permitirá adecuar una mesa auxiliar de

cocina con el fin de mantener el sitio de preparación de alimentos en óptimas condiciones. Se deben conservar en sitios ventilados y aseados. Ver figura 47.

-Control de productos en proceso. En la preparación de alimentos, se debe controlar aspectos que permitan la preparación del producto dentro de las normas y estándares de calidad permitidos en cada fase del proceso.

-Control del agua. Para la preparación, aseo de alimentos, equipos, instalaciones y personal, se necesita agua potable, o se requiere de un tratamiento para eliminar las impurezas y gérmenes del agua.

-Control de desechos. Estos deben transportarse en recipientes cerrados hacia un lugar determinado que debe ser aislado tanto del área de servicio como de cocina y el cual será recogido por las respectivas empresas encargadas de la recolección de basuras y reciclaje. Se contará con espacios asignados para la disposición de desechos en el cual se tendrán tres (3) canecas plásticas con tapa, marcadas en la parte exterior, con sus respectiva bolsa según el tipo de desecho que se puede depositar; observando y manteniendo las normas de medio ambiente. Los residuos sólidos se remueven cada dos días con la frecuencia de recolección de basuras de la EMAB; y el reciclaje cada viernes por COOPRESER. También contara con canecas plásticas pequeñas y medianas en la zona de servicio, baños y cocina para la recolección diaria y oportuna y luego pasarlas en la jornada del aseo a la caneca respectiva.

-Manejo de residuos líquidos. Del proceso de freído resulta un residuo de aceite que es en un tarro de 3000 cc disponible para tal fin, cuando el tarro se llena la empresa Descont S.A. E.S.P se encarga de hacer la recolección.

-Maquinaria y equipos. La garantía ofrecida por la máquina y equipos es de un año, después del año se pagará servicio de mantenimiento cada vez que se

requiera. Con el fin de suministrar un producto alimenticio de calidad apto para el consumo humano, plantea un manual de buenas prácticas de manufactura siguiendo los lineamientos del decreto 3075 de dic. 23 y de Codex Alimentario (FAO/OMS).

3.3.4.1 Buenas prácticas de manufactura. Los servicios de alimentación deben responder a los consumidores por el suministro de alimentos nutritivos y seguros. No es adecuada una estructura organizativa, es necesario desarrollar e implementar programas efectivos de buenas prácticas de manufactura que aseguren altos estándares de calidad.

Comprende una serie de normas y procedimientos de higiene, operación limpieza y desinfección relativos a: manipuladores, equipos, proceso productivo y control de plagas e insectos y se constituye en factor de soporte al desarrollo de los programas que aplican al proceso productivos de alimentos y prestación de servicios de alimentación.

Objetivo general de las buenas prácticas de manufactura: Garantizar la adopción y cumplimiento de las normas establecidas en el manual de buenas prácticas de manufactura siguiendo los lineamientos del decreto 3075 de dic. 23/97 y del codex alimentario con el fin de suministrar un producto alimenticio de calidad apto para el consumo humano.

-Manipulador de alimentos. Las Buenas Prácticas de Manufactura son útiles para el diseño y funcionamiento de los procedimientos productivos en la transformación y manipulación de alimentos. Son herramientas que contribuyen al aseguramiento de la calidad de los alimentos, garantizando un producto limpio, confiable y seguro para el cliente, generando alta competitividad, aumento de la productividad, mejora de la imagen, amplitud del mercado, reducción de costos, disminución de desperdicios, disminución de la contaminación y la creación de una

cultura de orden, aseo, servicio y bienestar para el cliente interno y externo de la empresa³⁴

Asegurar la adopción y cumplimiento de requisitos de salud y normas higiénicas de los manipuladores que garanticen la seguridad de los alimentos.

Las personas responsables del proceso productivo de los alimentos, constituyen uno de los principales riesgos de contaminación, porque pueden albergar gérmenes patógenos al interior y exterior del organismo, que llegan a multiplicarse hasta alcanzar una dosis infectante y convertirse en vectores de enfermedades alimentarias.

Toda actividad será supervisada por el administrador, quien estará atento a la correcta realización de todos los procesos, y a su corrección dado el caso de que se cometan errores, además a cargo de él está la logística.

La calidad de los equipos para la transformación de las materias primas en alimentos, se asegurará por medio de mantenimientos preventivos y el correcto uso de los mismos, así como también el aseo permanente de los mismos.

Evaluación periódica con el personal acerca de la calidad de los productos comercializados y de la satisfacción de los clientes en la interacción con el cliente para institucionalizar una cultura de servicio muy particular que satisfaga plenamente a los clientes.

³⁴ NATURALMENTE HIGIENE. Disponible en Internet: http://www.revistainterforum.com/espanol/articulos/022503Naturamente_higiene.html

Brindar un clima organizacional armónico y una satisfacción laboral que permita el desempeño proactivo por parte de los trabajadores supliendo las necesidades del talento humano de la empresa.

Segmentación de los proveedores de acuerdo con el tipo de alimentos e insumos requeridos, estandarizando el estado natural de cada alimento, su medida, cantidad, cualidades, calidades, frescura, grado de maduración. Definición de plazos de entrega adecuados a la vida útil de cada materia prima.

-Certificación ISO 22000 Sistema de Gestión de Inocuidad Alimentaria. ISO-22000 es una norma para desarrollar e implantar Sistemas de Gestión de Seguridad Alimentaria, cuya intención final es conseguir una armonización internacional en las muchas normas existentes y ser una herramienta para lograr mejora continua de la seguridad alimentaria a lo largo de la cadena del suministro de los productos alimenticios, pudiendo ser usada por todas las organizaciones involucradas con la seguridad alimentaria en dicha cadena, con la nueva norma se destacan:

-Reforzar la seguridad alimentaria.

-Fomentar la cooperación entre las industrias agroalimentarias, los gobiernos nacionales y organismos transnacionales.

-Asegurar la protección del consumidor y fortalecer su confianza.

-Establecer requisitos de referencia “elementos claves” para los sistemas de seguridad alimentaria.

-Mejorar el rendimiento de los costes a lo largo de la cadena de suministro alimentaria.

-Normas APPCC. Fue desarrollado por la compañía Pillsbury a finales de la década de 1960 para el Programa Espacial de la NASA. Fue adoptado por la Pillsbury desde 1971.

En 1973 fue aplicado por algunas industrias de alimentos enlatados de baja acidez. Análisis de Peligro y Puntos de Control Crítico (HACCP) El sistema HACCP se enfoca en identificar y prevenir los peligros en los alimentos y está basado en principios científicos básicos. HACCP está diseñado para alcanzar un nivel preventivo y sistemático en la seguridad de los alimentos. Un aspecto importante del sistema HACCP es que todos los individuos involucrados entiendan el papel que juegan y que cumplan con sus responsabilidades. Un error puede afectar todo el sistema y el éxito de éste. El sistema HACCP requiere que el productor desarrolle y lleve registro de información en la producción, y el uso de un sistema registro para tener acceso a la información en un futuro. Definiciones: *Un punto de control:* Cualquier punto, paso o procedimiento donde se puede controlar factores biológicos, físicos o químicos.

-Sistema HACCP. Los siete principios incluyen: 1. Identificar los peligros. 2. Determinar puntos de control crítico en el proceso 3. Establecer límites críticos para cada punto de control crítico 4. Establecer procedimientos para monitoreo 5. Establecer acciones correctivas (que sean aplicadas si el monitoreo muestra que hay una desviación de los límites críticos). 6. Establecer actividades de verificación (para asegurar que el plan HACCP y el sistema están trabajando correctamente). 7. Establecer registro y documentación (en puntos de control crítico, desviaciones, acciones correctivas, y disposición).

-Normas del INVIMA. Por tratarse de alimentos para el consumo humano se debe realizar la revisión del cumplimiento de las normas de calidad impuestas por el INVIMA competente al proyecto (DECRETO 1500 ART 1 – DECRETO 616). Es requisito fundamental el generar costumbres de Buenas Prácticas de Manufactura

para ofrecer calidad en los alimentos ofrecidos y evitar cualquier malestar en la salud en los clientes.

-Sistema de Gestión de la Calidad. Se documentara los procesos y procedimientos en un manual de calidad el cual se utilizarán para identificar las responsabilidades, control del producto no conforme y ayudara a garantizar la satisfacción del cliente. Se involucrarán a todas las personas que hacen parte de la compañía. También los procesos se apoyarán en un procedimiento llamado control de calidad donde se describirá las actividades necesarias que se deben seguir para prevenir un producto no adecuado no conforme con los requisitos específicos e indicar cuándo se detecta e informar a todo el personal involucrado como antesala a la implementación de la norma técnica ISSO 9001:2000 y buscar la certificación.

3.3.5 Recursos. Los recursos deben permitir la puesta en marcha de la empresa esto se deben determinar teniendo en cuenta la capacidad del proyecto.

3.3.5.1 Recurso humano. Uno de los factores más importantes para la compañía va a ser su gente, será una de las prioridades para la empresa, basado en políticas de calidad, competitividad y equidad.

Políticas para el manejo del recurso humano

- El proceso de selección será soportado por la Oficina de Fomento para el empleo del SENA.
- Se realizará contratos indefinidos.

Cuadro 53. Recursos humanos

Personal Requerido	Cargo	Salario	Tipo Contrato
1	Administrador /Cajero	\$700.000	Definido
1	Jefe De Cocina	\$600.000	Definido
1	Aux. De Cocina	\$515.000	Definido
2	Meseros	\$515.000	Definido

3.3.5.2 Recurso físico

Gráfica 36. Elementos del negocio



Fuente:<http://www.google.com.co/imgres?imgurl=http://img.decorailumina.com/wp->

3.3.5.3 Recurso de insumos. Comprende la compra que se debe realizar periódicamente de los insumos para la preparación de los almuerzos saludables, el profesional en nutrición realizo el menú y de la misma manera los ingredientes necesario para cada preparación, separando por unidad de medida lo que se utilizaría unitariamente de esta manera se proyecto el costo general para la compra al por mayor y calcular el valor de cada menú, el cual dio el siguiente

resultado:

Cuadro 54. Insumos para el menú de Róbalo a la plancha en la semana, mes y año

Preparación	Alimentos Ingredientes	Peso Crudo Neto	Und./ Med	Peso Insumo/Semanal	Peso Gr Insumo /Mensual	Libras/ Semana	Libras/ Mes	Libras/ Año
Sopa De Plátano Rallado	Ajo	2,0	gr.	160	640	0,32	1,28	15,4
	Apio En Rama	2,0	gr.	160	640	0,32	1,28	15,4
	Arveja Verde	6,0	gr.	480	1.920	0,96	3,84	46,1
	Cebolla Cabezona	1,0	gr.	80	320	0,16	0,64	7,7
	Cilantro	2,0	gr.	160	640	0,32	1,28	15,4
	Papa Amarilla	20,0	gr.	1.600	6.400	3,20	12,80	153,6
	Papa Común	40,0	gr.	3.200	12.800	6,40	25,60	307,2
	Pimentón	1,0	gr.	80	320	0,16	0,64	7,7
	Plátano Verde	40,0	gr.	3.200	12.800	6,40	25,60	307,2
	Zanahoria	7,0	gr.	560	2.240	1,12	4,48	53,8
Sal	0,8	gr.	64	256	0,13	0,51	6,1	
Robalo A La Plancha	Robalo	125,0	gr.	10.000	40.000	20,00	80,00	960,0
	Aceite	1,7	ml.	133	531	0,27	1,06	12,7
	Harina De Trigo	13,3	gr.	1.064	4.256	2,13	8,51	102,1
	Huevos	0,5	unidad	40	160	0,08	0,32	3,8
	Sal	1,0	gr.	80	320	0,16	0,64	7,7
Sazón	0,1	gr.	10	38	0,02	0,08	0,9	
Arroz Con Perejil	Arroz	50,0	gr.	4.000	16.000	8,00	32,00	384,0
	Aceite	5,0	ml.	400	1.600	0,80	3,20	38,4
	Cebolla Larga	4,0	gr.	320	1.280	0,64	2,56	30,7
	Perejil	5,0	gr.	400	1.600	0,80	3,20	38,4
	Pimentón	3,0	gr.	240	960	0,48	1,92	23,0
Sal	0,8	gr.	64	256	0,13	0,51	6,1	
Yuca Al Vapor	Yuca	100,0	gr.	8.000	32.000	16,00	64,00	768,0
	Sal	0,8	gr.	64	256	0,13	0,51	6,1
Ensalada Vinagreta	Cebolla Cabezona	21,0	gr.	1.680	6.720	3,36	13,44	161,3
	Pepino Cohombro	20,0	gr.	1.600	6.400	3,20	12,80	153,6
	Repollo Blanco	40,0	gr.	3.200	12.800	6,40	25,60	307,2
	Tomate De 1a	30,0	gr.	2.400	9.600	4,80	19,20	230,4
	Vinagreta	2,0	ml.	160	640	0,32	1,28	15,4
Torta De Verduras	Arveja Verde	15,0	gr.	1.200	4.800	2,40	9,60	115,2
	Cebolla Larga	6,0	gr.	480	1.920	0,96	3,84	46,1
	Huevos	0,4	unidad	32	128	0,06	0,26	3,1
	Margarina	0,5	gr.	40	160	0,08	0,32	3,8

Preparación	Alimentos Ingredientes	Peso Crudo Neto	Und./ Med	Peso Insumo/Semanal	Peso Gr Insumo /Mensual	Libras/ Semana	Libras/ Mes	Libras/ Año
	Miga De Pan	5,0	gr.	400	1.600	0,80	3,20	38,4
	Queso Descremado	6,0	gr.	480	1.920	0,96	3,84	46,1
	Habichuela	28,0	gr.	2.240	8.960	4,48	17,92	215,0
	Salsa De Tomate	2,5	gr.	200	800	0,40	1,60	19,2
	Sazón	2,0	gr.	160	640	0,32	1,28	15,4
	Tomate De 2a	12,0	gr.	960	3.840	1,92	7,68	92,2
	Zanahoria	14,0	gr.	1.120	4.480	2,24	8,96	107,5
Jugo De Lulo	Lulo	70,0	gr.	5.600	22.400	11,20	44,80	537,6
	Panela	20,0	gr.	1.600	6.400	3,20	12,80	153,6

Fuente: Autor del proyecto

Cuadro 55. Insumos para el menú de carne en bistec en la semana, mes y año

Preparación	Alimentos Ingredientes	Peso Crudo Neto	Und./ Med	Peso Insumo/Semanal	Peso Gr Insumo /Mensual	Libras/ Semana	Libras/ Mes	Libras/ Año
Crema De Cebolla	Cebolla Cabezona	80,0	gr.	6.400	25.600	12,80	51,20	614,4
	Crema De Leche Light	1,6	cc.	128	512	0,26	1,02	12,3
	Harina De Trigo	18,3	gr.	1.464	5.856	2,93	11,71	140,5
	Leche Light	20,0	cc.	1.600	6.400	3,20	12,80	153,6
	Margarina Light	0,8	gr.	64	256	0,13	0,51	6,1
	Sal	0,8	gr.	64	256	0,13	0,51	6,1
Carne En Bistec	Carne De 1a	125,0	gr.	10.000	40.000	20,00	80,00	960,0
	Tomate	33,0	gr.	2.640	10.560	5,28	21,12	253,4
	Cebolla Cabezona	20,0	gr.	1.600	6.400	3,20	12,80	153,6
	Ramas De Apio	2,0	gr.	160	640	0,32	1,28	15,4
	Ajo	2,0	gr.	160	640	0,32	1,28	15,4
	Harina De Trigo	5,0	gr.	400	1.600	0,80	3,20	38,4
	Salsa De Tomate	3,3	gr.	264	1.056	0,53	2,11	25,3
	Mostaza	0,8	gr.	64	256	0,13	0,51	6,1
Salsa Negra	5,0	cc.	400	1.600	0,80	3,20	38,4	

Cuadro 55. (Continuación)

Preparación	Alimentos Ingredientes	Peso Crudo Neto	Und/ Med	Peso Insumo/Semanal	Peso Gr Insumo /Mensual	Libras/ Semana	Libras/ Mes	Libras / Año
	Sal	1,0	gr.	80	320	0,16	0,64	7,7
	Azúcar	2,0	gr.	160	640	0,32	1,28	15,4
Arroz Con Verduras	Aceite	5,0	cc.	400	1.600	0,80	3,20	38,4

	Apio En Rama	2,0	gr.	160	640	0,32	1,28	15,4
	Arroz	30,0	gr.	2.400	9.600	4,80	19,20	230,4
	Arveja Verde	11,6	gr.	928	3.712	1,86	7,42	89,1
	Cebolla Larga	3,3	gr.	264	1.056	0,53	2,11	25,3
	Habichuela	20,0	gr.	1.600	6.400	3,20	12,80	153,6
	Pimentón	3,3	gr.	264	1.056	0,53	2,11	25,3
	Sal	0,8	gr.	64	256	0,13	0,51	6,1
	Zanahoria	18,3	gr.	1.464	5.856	2,93	11,71	140,5
	Perejil	5,0	gr.	400	1.600	0,80	3,20	38,4
Papa Al Vapor	Papa	100,0	gr.	8.000	32.000	16,00	64,00	768,0
	Sal	0,8	gr.	64	256	0,13	0,51	6,1
Ensalada Corriente	Cebolla Cabezona	30,0	gr.	2.400	9.600	4,80	19,20	230,4
	Pepino Cohombro	18,0	gr.	1.440	5.760	2,88	11,52	138,2
	Repollo Blanco	30,0	gr.	2.400	9.600	4,80	19,20	230,4
	Tomate	30,0	gr.	2.400	9.600	4,80	19,20	230,4
	Vinagreta	2,0	cc.	160	640	0,32	1,28	15,4
Garbanzo	Cebolla Cabezona	4,0	gr.	320	1.280	0,64	2,56	30,7
	Cebolla Larga	4,0	gr.	320	1.280	0,64	2,56	30,7
	Color	1,0	gr.	80	320	0,16	0,64	7,7
	Garbanzos	30,0	gr.	2.400	9.600	4,80	19,20	230,4
	Miga De Pan	5,8	gr.	464	1.856	0,93	3,71	44,5
	Sal	0,8	gr.	64	256	0,13	0,51	6,1
	Tomate	10,0	gr.	800	3.200	1,60	6,40	76,8
	Macarrones	10,0	gr.	800	3.200	1,60	6,40	76,8
Jugo De Mora	Panela	20,0	gr.	1.600	6.400	3,20	12,80	153,6
	Mora	70,0	gr.	5.600	22.400	11,20	44,80	537,6

Fuente: Autor del proyecto

Cuadro 56. Insumos para el menú de Pechuga Grille en la semana, mes y año

Preparación	Alimentos Ingredientes	Peso Crudo Neto	Und./ Med	Peso Insumo/ Semanal	Peso Gr Insumo /Mensual	Libras/ Semana	Libras/ Mes	Libras/ Año
Sopa De Cebada	Ajo	2,0	gr.	180	720	0,36	1,44	17,3
	Apio En Rama	2,0	gr.	180	720	0,36	1,44	17,3
	Arveja Verde	5,8	gr.	522	2.088	1,04	4,18	50,1
	Cebada	18,3	gr.	1.647	6.588	3,29	13,18	158,1
	Cebolla Cabezona	0,8	gr.	72	288	0,14	0,58	6,9
	Cilantro	2,0	gr.	180	720	0,36	1,44	17,3
	Papa Amarilla	20,0	gr.	1.800	7.200	3,60	14,40	172,8
	Papa Común	40,0	gr.	3.600	14.400	7,20	28,80	345,6
	Pimentón	0,8	gr.	72	288	0,14	0,58	6,9
	Sal	0,8	gr.	72	288	0,14	0,58	6,9
	Zanahoria	6,6	gr.	594	2.376	1,19	4,75	57,0
Pechuga	Pechuga De Pollo	150,0	gr.	13.500	54.000	27,00	108,00	1.296,0

Preparación	Alimentos Ingredientes	Peso Crudo Neto	Und./ Med	Peso Insumo/ Semanal	Peso Gr Insumo /Mensual	Libras/ Semana	Libras/ Mes	Libras/ Año
Grille	Sal	1,0	gr.	90	360	0,18	0,72	8,6
	Adobo Completo	2,0	gr.	180	720	0,36	1,44	17,3
Arroz Con Zanahoria	Aceite	5,0	cc.	450	1.800	0,90	3,60	43,2
	Arroz	50,0	gr.	4.500	18.000	9,00	36,00	432,0
	Cebolla Cabezona	4,1	gr.	369	1.476	0,74	2,95	35,4
	Pimentón	3,3	gr.	297	1.188	0,59	2,38	28,5
	Sal	0,8	gr.	72	288	0,14	0,58	6,9
	Zanahoria	25,0	gr.	2.250	9.000	4,50	18,00	216,0
Papa Salteada Con Apio	Papa Común	100,0	gr.	9.000	36.000	18,00	72,00	864,0
	Sal	0,8	gr.	72	288	0,14	0,58	6,9
	Apio En Rama	4,0	gr.	360	1.440	0,72	2,88	34,6
	Margarina	0,8	gr.	72	288	0,14	0,58	6,9
	Cebolla Cabezona	30,0	gr.	2.700	10.800	5,40	21,60	259,2
	Huevo	0,2	unidad	14	54	0,03	0,11	1,3
Ensalada Oriental	Repollo Blanco	30,0	gr.	2.700	10.800	5,40	21,60	259,2
	Mayonesa Light	16,0	gr.	1.440	5.760	2,88	11,52	138,2
	Pepino Cohombro	18,0	gr.	1.620	6.480	3,24	12,96	155,5
	Perejil	2,0	gr.	180	720	0,36	1,44	17,3
	Sal	1,0	gr.	90	360	0,18	0,72	8,6
	Tomate	30,0	gr.	2.700	10.800	5,40	21,60	259,2
	Zanahoria	26,0	gr.	2.340	9.360	4,68	18,72	224,6
	Habichuela	25,0	gr.	2.250	9.000	4,50	18,00	216,0
Arveja Amarilla	Arveja Amarilla	40,0	gr.	3.600	14.400	7,20	28,80	345,6
	Cebolla Cabezona	4,0	gr.	360	1.440	0,72	2,88	34,6
	Cebolla Larga	4,0	gr.	360	1.440	0,72	2,88	34,6
	Miga De Pan	6,0	gr.	540	2.160	1,08	4,32	51,8
	Adobo Completo	2,0	gr.	180	720	0,36	1,44	17,3
	Papa Común	10,0	gr.	900	3.600	1,80	7,20	86,4
	Sal	0,8	gr.	72	288	0,14	0,58	6,9
	Zanahoria	10,0	gr.	900	3.600	1,80	7,20	86,4
	Tomate	10,0	gr.	900	3.600	1,80	7,20	86,4
Jugo De Durazno	Durazno	70,0	gr.	6.300	25.200	12,60	50,40	604,8
	Panela	20,0	gr.	1.800	7.200	3,60	14,40	172,8

Fuente: Autor del proyecto

Cuadro 57. Insumos para el menú de Gulasch en la semana, mes y año

Preparación	Alimentos Ingredientes	Peso Crudo Neto	Und./ Med	Peso Insumo/ Semanal	Peso Gr Insumo /Mensual	Libras/ Semana	Libras/ Mes	Libras/ Año
Sopa De Avena	Arveja Verde	6,0	gr.	480	1.920	0,96	3,84	46,08
	Ajo	2,0	gr.	160	640	0,32	1,28	15,36
	Apio En Rama	2,0	gr.	160	640	0,32	1,28	15,36
	Avena En Hojuelas	18,0	gr.	1.440	5.760	2,88	11,52	138,2
	Cebolla Cabezona	0,8	gr.	64	256	0,13	0,51	6,144
	Cilantro	2,0	gr.	160	640	0,32	1,28	15,36
	Papa Amarilla	10,0	gr.	800	3.200	1,60	6,40	76,8
	Papa Común	30,0	gr.	2.400	9.600	4,80	19,20	230,4
	Pimentón	0,8	gr.	64	256	0,13	0,51	6,144
	Sal	0,8	gr.	64	256	0,13	0,51	6,144
	Zanahoria	6,6	gr.	528	2.112	1,06	4,22	50,69
Goulash	Carne 2a Picada	125,0	gr.	10.000	40.000	20,00	80,00	960
	Papa Común	6,6	gr.	528	2.112	1,06	4,22	50,69
	Cebolla Cabezona	6,6	gr.	528	2.112	1,06	4,22	50,69
	Zanahoria	16,0	gr.	1.280	5.120	2,56	10,24	122,9
	Miga De Pan	6,6	gr.	528	2.112	1,06	4,22	50,69
	Apio En Rama	2,0	gr.	160	640	0,32	1,28	15,36
	Cilantro	2,0	gr.	160	640	0,32	1,28	15,36
	Perejil	2,0	gr.	160	640	0,32	1,28	15,36
Pimentón	2,5	gr.	200	800	0,40	1,60	19,2	
Arroz Perla	Aceite	5,0	cc.	400	1.600	0,80	3,20	38,4
	Arroz	50,0	gr.	4.000	16.000	8,00	32,00	384
	Cebolla Larga	4,0	gr.	320	1.280	0,64	2,56	30,72
	Pimentón	3,0	gr.	240	960	0,48	1,92	23,04
	Sal	0,8	gr.	64	256	0,13	0,51	6,144
Papa Criolla	Papa Amarilla	100,0	gr.	8.000	32.000	16,00	64,00	768
	Sal	1,0	gr.	80	320	0,16	0,64	7,68
Ensalada Verde	Aguacate	30,0	gr.	2.400	9.600	4,80	19,20	230,4
	Apio En Rama	4,0	gr.	320	1.280	0,64	2,56	30,72
	Arveja Verde	6,0	gr.	480	1.920	0,96	3,84	46,08
	Habichuela	25,0	gr.	2.000	8.000	4,00	16,00	192
	Repollo Blanco	20,0	gr.	1.600	6.400	3,20	12,80	153,6
	Pepino Cohombro	20,0	gr.	1.600	6.400	3,20	12,80	153,6
	Pimentón	5,0	gr.	400	1.600	0,80	3,20	38,4
	Tomate 1a	30,0	gr.	2.400	9.600	4,80	19,20	230,4
Torta De Zanahoria Con Naranja	Harina De Trigo	12,0	gr.	960	3.840	1,92	7,68	92,16
	Azúcar Morena	10,0	gr.	800	3.200	1,60	6,40	76,8
	Margarina	6,0	gr.	480	1.920	0,96	3,84	46,08
	Huevo	10,0	gr.	800	3.200	1,60	6,40	76,8
	Zanahoria Rallada	14,0	gr.	1.120	4.480	2,24	8,96	107,5
Jugo De Guayaba	Guayaba	70,0	gr.	5.600	22.400	11,20	44,80	537,6
	Panela	20,0	gr.	1.600	6.400	3,20	12,80	153,6

Fuente: Autor del proyecto

Cuadro 58. Insumos para el menú de Pernil de pollo en finas hiervas en la semana, mes y año

Preparación	Alimentos Ingredientes	Peso Crudo Neto	Und./ Med	Peso Insumo/ Semanal	Peso Gr Insumo /Mensual	Libras/ Semana	Libras/ Mes	Libras/ Año
Crema De Verduras	Auyama	30,0	gr.	3.300	13.200	6,60	26,40	316,8
	Apio En Rama	2,0	gr.	220	880	0,44	1,76	21,12
	Apio Arracacha	10,0	gr.	1.100	4.400	2,20	8,80	105,6
	Arveja Verde	6,0	gr.	660	2.640	1,32	5,28	63,36
	Berenjena Blanca	15,0	gr.	1.650	6.600	3,30	13,20	158,4
	Cebolla Cabezona	0,8	gr.	88	352	0,18	0,70	8,448
	Cilantro	1,0	gr.	110	440	0,22	0,88	10,56
	Guacas	1,0	gr.	110	440	0,22	0,88	10,56
	Habichuela	21,0	gr.	2.310	9.240	4,62	18,48	221,8
	Harina De Trigo	0,8	gr.	88	352	0,18	0,70	8,448
	Mazorca	10,0	gr.	1.100	4.400	2,20	8,80	105,6
	Papa Amarilla	10,0	gr.	1.100	4.400	2,20	8,80	105,6
	Papa Común	10,0	gr.	1.100	4.400	2,20	8,80	105,6
	Perejil	1,0	gr.	110	440	0,22	0,88	10,56
	Pimentón	1,0	gr.	110	440	0,22	0,88	10,56
	Sal	1,0	gr.	110	440	0,22	0,88	10,56
Zanahoria	6,6	gr.	726	2.904	1,45	5,81	69,7	
Ajo	2,0	gr.	220	880	0,44	1,76	21,12	
Pernil De Pollo En Finas Hieras	Pernil De Pollo	130,0	gr.	14.300	57.200	28,60	114,40	1373
	Sal	1,0	gr.	110	440	0,22	0,88	10,56
	Adobo Completo	2,0	gr.	220	880	0,44	1,76	21,12
Arroz Con Espinacas	Aceite	5,0	cc.	550	2.200	1,10	4,40	52,8
	Arroz	50,0	gr.	5.500	22.000	11,00	44,00	528
	Cebolla Larga	4,0	gr.	440	1.760	0,88	3,52	42,24
	Espinacas	10,0	gr.	1.100	4.400	2,20	8,80	105,6
	Pimentón	3,0	gr.	330	1.320	0,66	2,64	31,68
Puré De Papa	Papa Común	100,0	gr.	11.000	44.000	22,00	88,00	1056
	Margarina Light	1,0	gr.	110	440	0,22	0,88	10,56
	Leche Descremada	4,0	cc.	440	1.760	0,88	3,52	42,24
	Queso Costeño	5,0	gr.	550	2.200	1,10	4,40	52,8
Ensalada Mixta	Arveja Verde	6,0	gr.	660	2.640	1,32	5,28	63,36
	Cebolla Cabezona	28,0	gr.	3.080	12.320	6,16	24,64	295,7
	Repollo Blanco	30,0	gr.	3.300	13.200	6,60	26,40	316,8
	Pepino Cohombro	20,0	gr.	2.200	8.800	4,40	17,60	211,2
	Tomate	30,0	gr.	3.300	13.200	6,60	26,40	316,8
	Vinagreta De Limón	2,0	gr.	220	880	0,44	1,76	21,12
Arveja Verde	Arveja Verde	40,0	gr.	4.400	17.600	8,80	35,20	422,4
	Cebolla Cabezona	4,0	gr.	440	1.760	0,88	3,52	42,24
	Cebolla Larga	4,0	gr.	440	1.760	0,88	3,52	42,24
	Miga De Pan	6,0	gr.	660	2.640	1,32	5,28	63,36
	Adobo Completo	2,0	gr.	220	880	0,44	1,76	21,12
	Papa Común	10,0	gr.	1.100	4.400	2,20	8,80	105,6

Preparación	Alimentos Ingredientes	Peso Crudo Neto	Und./ Med	Peso Insumo/ Semanal	Peso Gr Insumo /Mensual	Libras/ Semana	Libras/ Mes	Libras/ Año
	Sal	0,8	gr.	88	352	0,18	0,70	8,448
	Zanahoria	10,0	gr.	1.100	4.400	2,20	8,80	105,6
	Tomate	10,0	gr.	1.100	4.400	2,20	8,80	105,6
Jugo De Guanábana	Guanábana	70,0	gr.	7.700	30.800	15,40	61,60	739,2
	Panela	20,0	gr.	2.200	8.800	4,40	17,60	211,2

Fuente: Autor del proyecto

Cuadro 59. Total lote de los insumos semanales, mensuales y anuales

Insumos	Peso Gr /Semanal	Peso Gr /Mensual	Libras/ Semana	Libras/Mes	Libras/Año
Aguacate	800	3.200	2	6	77
Apio Arracacha	2.400	9.600	5	19	230
Arveja Amarilla	1.100	4.400	2	9	106
Auyama	3.600	14.400	7	29	346
Avena En Hojuelas	3.300	13.200	7	26	317
Azúcar	1.440	5.760	3	12	138
Azúcar Morena	160	640	0	1	15
Berenjena Blanca	800	3.200	2	6	77
Carne 2a Picada	1.650	6.600	3	13	158
Carne De 1a	10.000	40.000	20	80	960
Cebada	10.000	40.000	20	80	960
Color	1.647	6.588	3	13	158
Crema De Leche Light	80	320	0	1	8
Durazno	128	512	0	1	12
Espinacas	6.300	25.200	13	50	605
Garbanzos	1.100	4.400	2	9	106
Guacas	2.400	9.600	5	19	230
Guanábana	110	440	0	1	11
Guayaba	7.700	30.800	15	62	739
Leche Descremada	5.600	22.400	11	45	538
Leche Light	440	1.760	1	4	42
Lulo	1.600	6.400	3	13	154
Macarrones	5.600	22.400	11	45	538
Mazorca	800	3.200	2	6	77
Mora	1.100	4.400	2	9	106
Mostaza	5.600	22.400	11	45	538
Pechuga De Pollo	64	256	0	1	6
Pernil De Pollo	13.500	54.000	27	108	1.296
Plátano Verde	14.300	57.200	29	114	1.373
Queso Costeño	3.200	12.800	6	26	307
Queso Descremado	550	2.200	1	4	53
Robalo	480	1.920	1	4	46
Salsa De Tomate	10.000	40.000	20	80	960
Salsa De Tomate	200	800	0	2	19
Salsa Negra	264	1.056	1	2	25
Total Adobo	400	1.600	1	3	38
Total Ajo	880	3.520	2	7	84
Total Apio En Rama	1.720	6.880	3	14	165
Total Arroz	20.400	81.600	41	163	1.958
Total Arveja Verde	9.810	39.240	20	78	942
Total Cebolla Cabezona	20.181	80.724	40	161	1.937
Total Cebolla Larga	2.944	11.776	6	24	283
Total Cilantro	770	3.080	2	6	74
Total De Sal	1.592	6.368	3	13	153

Cuadro 59. (Continuación)

Insumos	Peso Gr / Semanal	Peso Gr /Mensual	Libras/ Semana	Libras/Mes	Libras/Año
Total Harina	3.016	12.064	6	24	290
Total Huevos	886	3.542	2	7	85
Total Margarina	2.206	8.824	4	18	212
Total Miga De Pan	2.592	10.368	5	21	249
Total Panela	8.800	35.200	18	70	845
Total Papa Amarilla	21.300	85.200	43	170	2.045
Total Papa Comun	32.828	131.312	66	263	3.151

Total Pepino	8.460	33.840	17	68	812
Total Perejil	1.250	5.000	3	10	120
Total Pimenton	2.297	9.188	5	18	221
Total Repollo	13.200	52.800	26	106	1.267
Total Salsa De Tomate	464	1.856	1	4	45
Total Sazon	170	678	0	1	16
Total Tomate	19.600	78.400	39	157	1.882
Total Vinagreta	540	2.160	1	4	52
Total Zanahoria	13.982	55.928	28	112	1.342
Yuca	8.000	32.000	16	64	768

Fuente: Autor del proyecto

3.3.6 Los proveedores. Se han seleccionado los siguientes proveedores teniendo en cuenta su experiencia, buen servicio y calidad de los productos que ofrecen, además de los descuentos que manejan por la cantidad de compra a la hora de cancelar los pedidos entregados, son:

-Central de abastos. Central de abastos es la principal opción de compra por calidad y costo de frutas, verduras y hortalizas.

-Plaza de mercado principal de Bucaramanga. Esta plaza sería la segunda opción, como plan de contingencia, ya que todo está preparado para la compra en la central de abastos

-Kikes. Empresa fundada en el Km. 8 vía Bucaramanga - Rionegro, el 28 de noviembre de 1996, como Sociedad Anónima, inicialmente denominada Central de Sacrificio y Frigorífico de Santander - Figosan S.A., y posteriormente cambio de denominación social a Frigorífico Vijagual S.A.

-Carne de res: (lomos : ancho- viche – extra, punta de anca, chatas sobrebarriga, muchacho capón, bola pierna, bola brazo, posta, cecina, cadera, morro, paletero, murillo, cogote, asado de costilla, cola, lengua, vísceras.)

-Carne de cerdo: pezuña, tocino (corriente y especial), chuleta, costilla, lomo, milanesa.

-Pollo: pechuga, alas, piernas, contra muslo.

-Huevos: Cartón de huevos.

-Embutidos: carne oreada, jamón, chorizo, minichorizos, morcilla, hamburguesa.

-Complementarios: tamales, ayacos, yuca, quesos (reino - doble crema – chitaga - tajado), arepas (santandereana – antioqueña - queso), huevo, carbón, sal, salsas(BBQ – showy – ciruelas – hawayana - chimi churri argentino.)

Contacto para el servicio: Pedro Corzo Jaimes

Jefe de Ventas Bucaramanga

Km 5 vía Palenque Café Madrid Bodega Kikes

Tel: 6762111 Ext.110

Cel: 3203074444

3.3.6.1 Recurso logístico. Precisar la forma como la empresa hace llegar el servicio al cliente en el momento justo, conquistando diariamente a los clientes para establecer su mercado. Con la logística se busca la optimización en el aprovechamiento de los recursos tanto físicos como humanos y de capital con que cuenta la empresa. La logística se origina a partir de la compra de los insumos, la presentación al cliente del menú y sus componentes, la cancelación del mismo, y la atención que recibe durante el consumo de los alimentos hasta cuando el cliente se retira del restaurante.

El restaurante debe diseñar, implementar y ejecutar un plan de capacitación, entrenamiento y mejoramiento continuo al recurso humano para no desmejorar la calidad y la satisfacción de los consumidores. Diseñar la forma como se evaluará

el mejoramiento continuo del servicio y las acciones logísticas correspondientes para entregar al cliente los almuerzos ejecutivos con calidad y que causen el justo a tiempo en el servicio. Elaborar las planillas del cronograma de actividades para el aseo de las instalaciones tanto de producción como de servicio.

Para todo el manejo logístico del restaurante la propuesta es adquirir el software con los siguientes servicios:

3.3.7 Distribución de planta. El restaurante saludable contará con un área aproximada de 240 m², la cual se distribuirá de la siguiente manera...Véase cuadro 53...

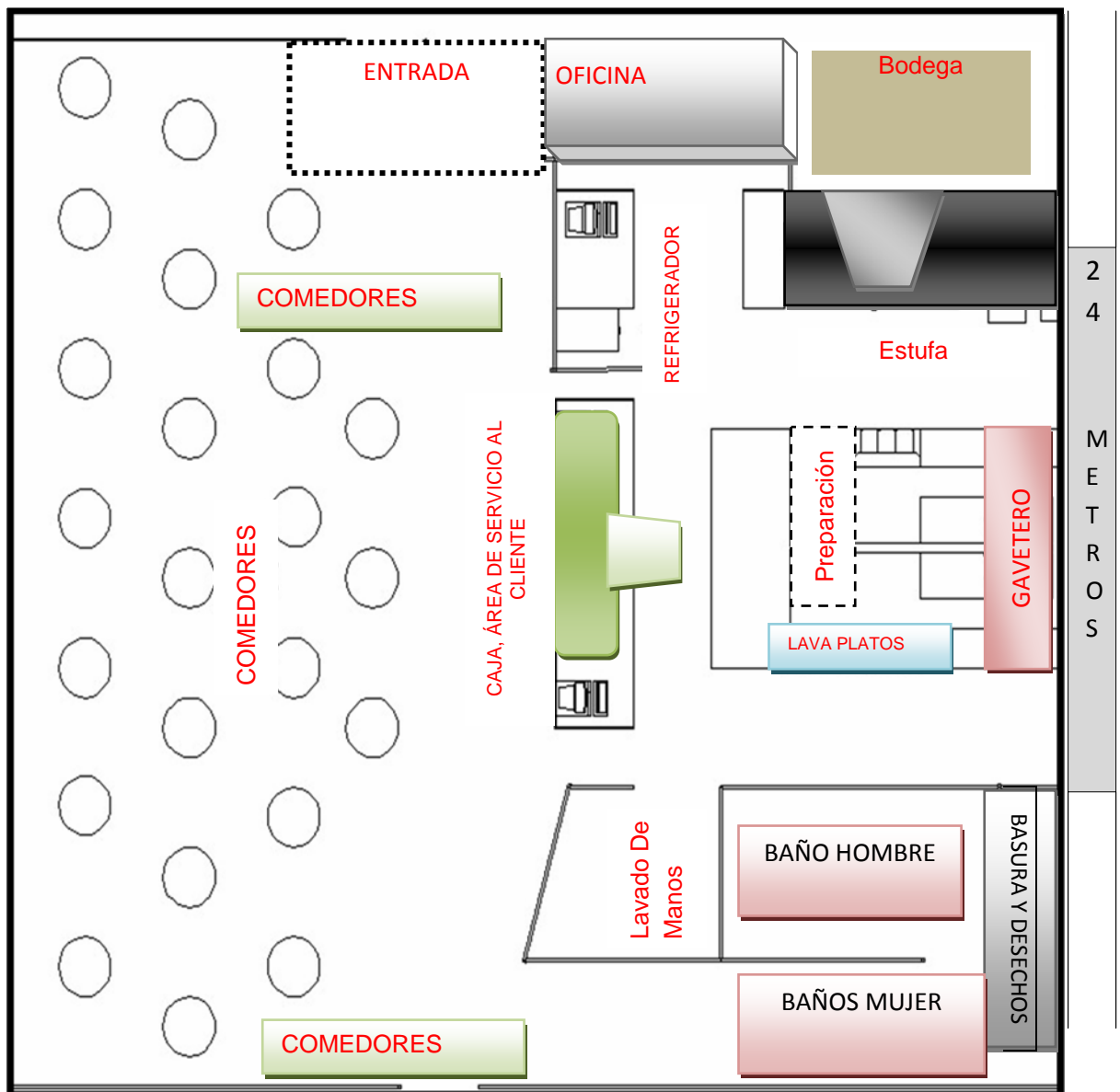
Cuadro 60. Distribucion de áreas

Sector	Áreas
Área total del restaurante	240 m ²
Área cocina	90 m ²
Área de mesas	115 m ²
Área de caja y mostrador	10 m ²
Área de baños y basura	15 m ²
Área de oficina	10 m ²
Área por mesa	2 m ²

Fuente: Autor del proyecto

Grafica 37. Distribución de Planta





Fuente: Autor del proyecto

3.4 CONCLUSIONES TÉCNICAS SOBRE LA VIABILIDAD DEL PROYECTO

-El proyecto para la creación del restaurante de comida saludable, estará ubicado en la zona de Cabecera de la ciudad de Bucaramanga, en la dirección Calle 56 entre Carrera 27 y Carrera 36, según el estudio realizado en la micro localización y análisis de factores favorables.

La capacidad utilizada para el primer año será de 21.120 almuerzos y una proyección utilizada de crecimiento del 5% anual, en el año 5 será de 25.671 almuerzos. La participación de este proyecto en el mercado será del 10.25% de la demanda insatisfecha.

-El personal que laborará en el restaurante será el administrador/cajero, el jefe de cocina, un auxiliar de cocina, dos meseros e indirectos están el contador y el nutricionista.

-Se establecieron los procesos de: preparación de almuerzos compra de insumos con los principales proveedores y servicio al cliente y se fijaron parámetros de control de calidad que permitirán garantizar la excelencia en la prestación del servicio para que de esta manera el restaurante logre posicionarse satisfactoriamente en el mercado local.

-La maquinaria a utilizar estará conformada por estufa industrial, el horno, el extractor, el refrigerador y nevera, utensilios para la preparación como batería, ollas, recipientes, vajilla y cubiertos. Los equipos de cómputo, muebles, mesas, sillas y demás elementos serán comprados como nuevos de primera calidad a los mejores precios en el mercado nacional.

-Para el control de caja se utilizará una máquina registradora.

-Por todo lo anterior, el proyecto para la puesta en marcha del restaurante cumple con las especificaciones técnicas y de servicio exigidas para la preparación y

venta de almuerzos saludables con los mejores estándares de calidad para satisfacer las necesidades de los clientes.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

El estudio administrativo se realiza para determinar los requerimientos institucionales, la ejecución de la operación, la forma de constitución de la empresa y determinar la cultura organizacional de la empresa, como son: la visión, la misión, los objetivos y las políticas.

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

La empresa Restaurante Bucare. Se constituirá como una sociedad comercial que constara de 2 personas, que se obligan hacer un aporte en dinero, trabajo u especie para relazar un proyecto empresarial que incluye una actividad comercial considerada por ley como mercantil.

Además se manejará a través de una Junta Directiva, con responsabilidad limitada aprobada por acta de constitución y a su vez con el nombramiento de un representante legal, para la correspondiente legalización de la afiliación ante la Cámara de Comercio.

Cuadro 61. Aporte socios del restaurante

Socios De La Empresa	Aporte
Joaquín Darío Alvarado Franco	\$15.326.319
Ludy Jaimes Duarte “esposa”	\$15.326.319
TOTAL	\$30.652.639

4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Diligencias previas

-Tramitar la carta de estudio de nombre comercial, ante la Cámara de Comercio.

-Una vez obtenida la aprobación del nombre comercial se debe otorgar la escritura pública correspondiente.

-Dicha escritura debe ser otorgada por todos los socios. Los menores de edad deben estar representados por los dos padres en ejercicio de la patria potestad, la cual debe demostrarse con el Registro Civil del menor válido para acreditar el parentesco.

-Matrícula. Dentro del mes siguiente a la fecha del otorgamiento de la escritura pública de constitución, el Representante legal debe presentar en cualquiera de las ventanillas de la cámara de comercio:

-Carta de estudio del nombre comercial.

-Copia notarial de la escritura pública de constitución.

-Formularios de matrícula mercantil de la sociedad y de sus establecimientos de comercio, debidamente diligenciados.

-Carta de aceptación de los representantes legales, miembros de la junta directiva y revisor fiscal, si lo hubiere, indicando documento de identidad.

-Carta de apertura del establecimiento de comercio, firmada por el representante legal.

Una vez se haya obtenido la suscripción se puede solicitar:

-Certificado de existencia y representación legal.

-Registro de los libros mercantiles (actas, registro de socios caja diario, mayor y balances e inventarios).

-NIT ante la Administración de Impuestos Nacionales.

-Una vez tramitado el NIT, se deberá presentar fotocopia del mismo ante la ventanilla de información de la cámara de comercio, con el propósito de completar el certificado de la empresa.

-La Notaría. Le transcribirán su minuta conformando así la Escritura Pública, firmada por el notario con los sellos respectivos y adicionalmente por los socios con la cédula y sus huellas.

Realizar el pago del impuesto de registro sobre la escritura: realizar el pago del impuesto de registro sobre la escritura de constitución.

Adquirir el formulario de Matrícula Mercantil: adquirir en la Cámara de Comercio el formulario de Matrícula Mercantil “Sociedades Comerciales”, posteriormente debe presentar en la ventanilla de la Cámara de Comercio lo siguiente: El formulario de Matrícula Mercantil diligenciando, junto con el volante de “consulta de nombres” aprobado. Dos copias autenticadas de la Escritura Pública de Constitución de la sociedad, en la que debe aparecer el nombramiento del representante legal. Recibo de pago del impuesto de Registro expedido por Rentas Departamentales, Documento de identificación del representante legal, Solicitar en la taquilla de la Cámara de Comercio el valor de la liquidación de los derechos de matrícula, Cancelar los derechos de matrícula. Al momento del pago le entregarán un recibo con el cual podrá reclamar el certificado de su matrícula, así como las copias de los formularios, las escrituras y las cartas de aceptación, Obtener copia del certificado de existencia y representación legal de la sociedad.

Registro de libros de comercio: están compuestos por los libros de contabilidad, libros de actas, libros de registro de aportes, comprobantes de las cuentas, los

soportes de contabilidad y la correspondencia relacionada con sus operaciones, representante legal debe presentar y solicitar el registro de los libros de comercio, con carta dirigida a la Cámara de Comercio y diligenciar el formulario de solicitud respectivo.

Los pasos a seguir en la Cámara de Comercio: Llevar el formato, la carta y los libros en cualquier taquilla de la Cámara de Comercio. Pagar los derechos de inscripción de los libros. Al momento de cancelar le entregarán el recibo de pago con el cual podrá reclamar los libros registrados, en la fecha que allí se indica. Cuando le entreguen los libros, verifique que la primera página de cada libro registrado este sellado por la Cámara de Comercio y rubricadas todas las demás.

LA DIAN: Ir a la Administración de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), para que obtenga el número de identificación tributaria (NIT), el cual es necesario para identificarse en el desarrollo de las actividades comerciales. Para este número de identificación, el cual es expedido en una tarjeta, se debe realizar el trámite correspondiente en la DIAN,

Con el certificado de existencia y representación que solicite en la Cámara de Comercio, diríjase a la DIAN y solicite el formulario de RUT (registro único tributario), por medio del cual se puede realizar los siguientes trámites, entre otros: Asignación de NIT, Inscripción en el registro de vendedores si es responsable de IVA.

Una vez adquirido y diligenciado el formulario, preséntese ante la DIAN, con los siguientes documentos:

- Formulario de RUT diligenciado en original y dos copias.
- Copia de la escritura pública de constitución.
- Certificado de existencia y representación, expedido por la Cámara de Comercio, con fecha no mayor a tres meses antes de su presentación.

- Fotocopia de la cédula del representante legal.
- El registro de Impuestos sobre las ventas (IVA), se puede hacer en el momento de realizar la solicitud del NIT.
- Simultáneamente con la solicitud del formulario RUT, puede solicitar el formulario para que la DIAN le autorice la numeración para las facturas que usará en su negocio.
- Afiliación a la aseguradora de riesgos profesionales (ARP): una vez elegida la ARP, el empleador debe llenar una solicitud de vinculación de la empresa al sistema general de riesgos profesionales, la cual es suministrada sin ningún costo por la ARP, dependiendo el grado y la clase de riesgo de las actividades de la empresa, ellos establecen la tarifa de riesgo la cual es un porcentaje total de la nómina y debe ser asumida por el empleador, dicho valor se debe pagar cada mes. Adicionalmente debe vincular a cada trabajador, llenando la solicitud de vinculación del trabajador al sistema general de riesgos profesionales.

- Régimen de seguridad social: usted deberá inscribir a alguna entidad promotora de salud (EPS) a todos sus trabajadores, los empleados podrán elegir libremente a que entidad desean vincularse mientras cumpla con los requisitos de afiliación. El porcentaje total de aportes a salud es de un 12,5 % del salario devengado por el trabajador. El valor resultante se divide en tres partes iguales, de las cuales el trabajador debe pagar una y el empleador las dos restantes.

- Fondo de pensiones y cesantías: el empleador debe afiliar a todos los miembros de la empresa al fondo de pensiones, el cual el trabajador podrá elegir. Una vez elegido se llena la solicitud de vinculación, la cual se la suministra el fondo, se debe pagar mensualmente el 15,5% del salario devengado por el trabajador, dicho valor se divide en cuatro y de estas el empleador paga tres y una el trabajador.

- Aportes parafiscales: son pagos a que está obligado todo empleador a cancelar sobre el valor de la nómina mensual a través de las cajas de compensación

familiar para: Subsidio familiar, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) y SENA.

-Para realizar la respectiva inscripción, se debe adquirir un formulario en la Caja donde desea afiliarse (CAJASAN o COMFENALCO), donde le entregarán adjunto el formulario de afiliación al ICBF y al SENA. Una vez esté en la Caja de Compensación Familiar elegida, debe pagar durante los primeros diez días del mes, el valor correspondiente al 9% del total devengado en la nómina mensual, los cuales deberán ser asumidos por el empleador. La distribución del 9% es la siguiente: 2% para el SENA. 3% para el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. 4% para la Caja de Compensación Familiar.

4.2.1 Visión. Bucare será en el año 2015 una empresa líder en alimentación saludable en Bucaramanga y su Área Metropolitana, a través de una alimentación con de calidad de sus productos y servicio personalizado.

4.2.2 Misión. Crear soluciones en alimentación a los habitantes de Bucaramanga que permita prevenir los riesgos en la salud que conlleva tener una mala alimentación. Cambiar la idea de; una alimentación balanceada significa sacrificar sabor.

4.2.3 Objetivos

-Propender por un manejo administrativo y financiero fundamentado en los siguientes valores: responsabilidad, honestidad, respeto, pulcritud, con el fin de garantizar la efectividad en la aplicación de los conceptos y políticas administrativas.

-Ofrecer Productos con calidad y saludables con los cuales sea posible satisfacer los gustos y hábitos alimenticios de los clientes.

-Lograr el posicionamiento del restaurante Bucare en el mercado mediante el mejoramiento de la calidad de vida de la población a través del consumo de productos saludables.

-Mantener y desarrollar un grupo de trabajo motivado para lograr las metas de la organización con eficiencia y un ambiente adecuado.

-Evaluar constantemente los procesos y procedimientos con el fin de mejorar y fomentar la participación de todo el equipo de trabajo.

-Establecer las proyecciones de ventas para los tres primeros años de actividad de la empresa.

-Establecer procesos y procedimientos según los estándares de calidad de la norma ISSO, buscando la certificación y sus beneficios.

-Buscar conseguir los resultados económicos que permitan la reinversión permanente y un excelente manejo financiero.

4.2.4 Políticas. La políticas están dirigidas a orientar la ejecución de los procesos para logro alcanzar los objetivos planteados.

4.2.4.1 Políticas de personal. La selección de personal se realizará a través de la Oficina de Fomento a empleo del SENA, se celebrará contrato a término fijo, se dará cumplimiento a las prestaciones sociales que imputa la ley como política de bienestar y desarrollo de sentido de pertenencia entre los empleados, incluiremos como una parte importante para la motivación del personal bonificaciones por calidad del servicio, atención al clientes y volumen de ventas mensuales. La cancelación de la nómina se realizará los 15 y 30 de cada mes, dar la dotación

correspondiente a los empleados e inculcar la excelente presentación personal. Realizar constantemente diferentes programas de Formación y Capacitación

4.2.4.2 Políticas de compras. Se tiene establecido realizar compra tres veces por semana (lunes, miércoles y viernes) de materiales y productos perecederos requeridos para la elaboración de sus menús, previa solicitud realizada por jefe de cocina. Todos los pagos se realizaran en efectivo o cheque.

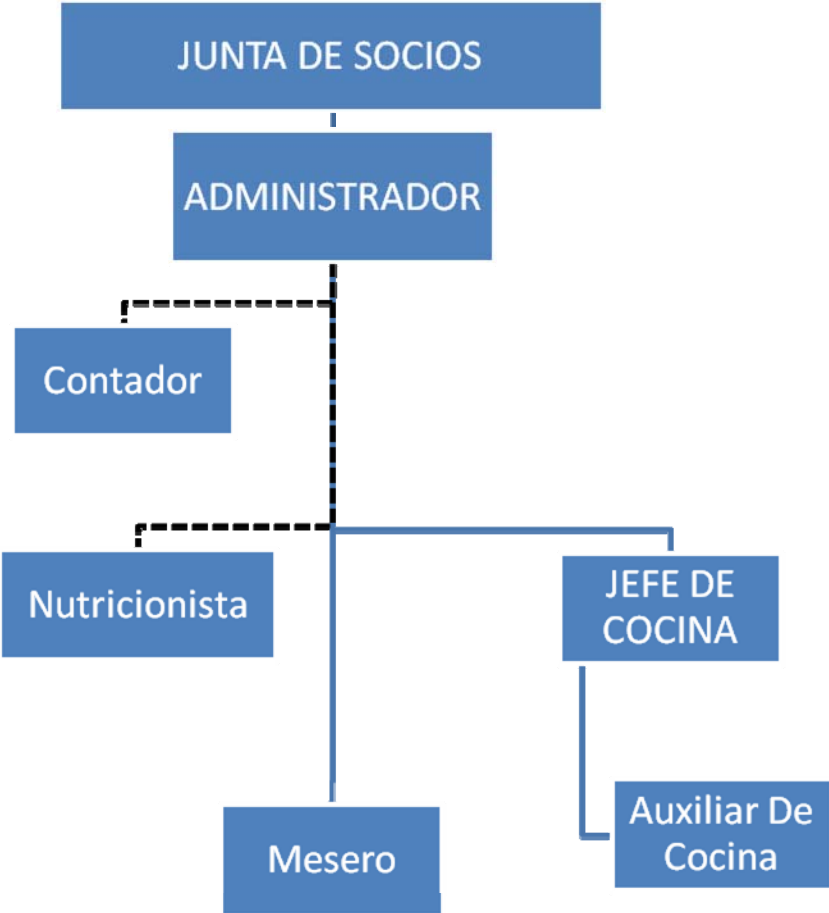
El Inventarios de La mercancía deberá permanecer en orden y en el sitio destinado para ellas, con la responsabilidad de jefe de cocina en vigilar y controlar las recomendaciones de cada producto como es el caso de fecha de vencimientos, refrigerado y demás aspectos importantes de almacenamiento.

4.2.4.3 Políticas de ventas. Las ventas serán de contado, ya sea en efectivo o recibos de pagos con tarjeta de crédito y débito, se maneja el crédito por medio de convenio empresaria y con los debidos estudios y garantías de pago pertinentes, toda venta estará soportada con la factura y la orden de pedido.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

El restaurante saludable bucare, tiene como finalidad la preparación y comercialización de almuerzos ejecutivos saludables en la ciudad de Bucaramanga, contribuyendo a la satisfacción de la necesidad de alimentar de manera saludable, balanceada y con variada de productos que ayuden a prevenir o curar enfermedades, en un ambiente agradable y cómodo para los habitantes y trabajadores de Bucaramanga.


4.3.1 Organigrama



Grafica 38. Organigrama de la empresa


4.3.2 Descripción y perfil de cargos

Cuadro 62. Descripción y perfil del cargo Administrador

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	RH.01
		Edición:	1
		Fecha:	01/07/10
DENOMINACIÓN DEL CARGO: ADMINISTRADOR			
OBJETIVO DEL CARGO: Garantizar el adecuado manejo administrativo de la empresa, ejecutando las labores de planeación, organización, ejecución y dirección. Coordinar las actividades comerciales, financieras, de recursos humanos y de servicio al cliente.			
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Ejercer la representación legal • Velar por el cumplimiento de los requisitos legales de la empresa y de seguridad social para los empleados. • Promover el cumplimiento de la plataforma estratégica de la empresa tales como la misión, visión, los principios y valores organizacionales. • Atender a los proveedores y realizar las compras necesarias • Atender la caja en horas de prestación del servicio. • Atención, servicio y asesoría al cliente. • Escuchar las inquietudes y subgerencias de los clientes. • Responder por la toma de decisiones en los aspectos operativos, administrativos y financieros de la empresa. • Coordinar y controlar el adecuado manejo de los inventarios • Realizar las actividades propias de contabilidad Y/O Finanzas • Velar por el adecuado manejo de las políticas de recursos humanos • Coordinar las actividades de Logística Interna • Atender las solicitudes del nutricionista y contador público como asesores del restaurante. • Cumplir y hacer cumplir las políticas, reglamentos, normas y procedimientos vigentes en la empresa. 			

- Las demás funciones de acuerdo a la naturaleza de su cargo

Cuadro 62. (Continuación)

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	RH.01
		Edición:	1
		Fecha:	01/07/10
EDUCACIÓN:			
Título Profesional en Gestión Empresarial, Administración de empresas o que sean afines al área			
RESPONSABILIDADES:			
<ul style="list-style-type: none"> • Apertura y cierre del restaurante. • Control y registro en el horario de llegada y salida del personal “seguimiento a la política de cumplimiento de horario” • Contribuir con eficacia, eficiencia y efectividad en la ejecución de los procesos en que se encuentra comprometida. • Atender llamadas telefónicas en forma cortés y respetuosa, dar trato respetuoso al público, prestando un servicio adecuado y promoviendo una buena imagen del Restaurante. • Revisión y control de la contabilidad. • Realizar supervisión y control del inventario • Control y seguimiento de las cuentas por pagar y cuentas por cobrar • Realizar los presupuestos necesarios y las compras autorizadas para el excelente funcionamiento del restaurante. • Realizar el registro, control y pago de los gastos administrativos tales como mensajería, impuestos, arriendo, servicios públicos, formularios de IVA, retención y demás gastos incurridos • Realizar informe mensual para el contador sobre los pagos y gastos incurridos en el mes durante los primeros 5 días de cada mes, • Participar activamente en la evaluación de la medición de satisfacción del cliente, incluyendo sus quejas, reclamos y acciones de mejora. • Ejecutar las Acciones Correctivas y Preventivas del proceso de satisfacción del cliente. • Mantener, motivar, socializar y liderar el programa para todo el personal sobre el criterio: “un sitio para cada cosa y cada cosa en su sitio”. • Las demás funciones que sean asignadas por el jefe inmediato y que estén relacionadas 			

con la naturaleza del cargo.


Cuadro 62. (Continuación)

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	RH.01
		Edición:	1
		Fecha:	01/07/10

COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO	
FORMACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Cursos de formación y actualización en el cargo. • Capacitación para ejercer el Rol asignado. • Conocimientos básicos de informática. 	
EXPERIENCIA	
Para desempeñar el cargo mínimo de un (1) año de experiencia certificada en el área.	
APTITUDES	
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de trabajo y responsabilidad • Poseer buenas relaciones interpersonales. • Aptitud verbal. • Responsabilidad en la ejecución de tareas asignadas. • Capacidad de planeación. • Trabajo en equipo. • Honestidad • Iniciativa. • Compromiso institucional. • Destreza y entendimiento en las actividades. • Liderazgo Capacidad de análisis. • Sensibilidad humana. • Toma de decisiones y creatividad. • Atención, memoria, concentración. • Resolución de conflictos 	
CARGO JEFE INMEDIATO: Junta de Socios	SUPERVISA A: Todo el equipo humano de

	trabajo.
OBSERVACIONES:	Firma:
	Fecha: __/__/__

Cuadro 63. Descripción y perfil del cargo Jefe de Cocina

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	RH.02
		Edición:	1
		Fecha:	01/07/10
DENOMINACIÓN DEL CARGO:			
JEFE DE COCINA			
OBJETIVO DEL CARGO:			
Garantizar el adecuado manejo de la elaboración y preparación de los almuerzos como también coordinar todos los procesos y procedimientos correspondientes al área de cocina			
FUNCIONES:			
<ul style="list-style-type: none"> • Promover el cumplimiento de la plataforma estratégica de la empresa tales como la misión, visión, los principios y valores organizacionales. • Cumplir las políticas, reglamentos, normas y procedimientos vigentes en la empresa. • Velar por la utilización eficiente de los recursos. • Responsable de la calidad y presentación de los menús indicados por el nutricionista • Responsable utilización de las materias primas y evitar los desperdicios. • Responsable control y cuidado de los insumos e inventarios • Utilizar las medidas necesarias para evitar posibles infecciones, accidentes de trabajo y/ enfermedades profesionales. • Atención, servicio y asesoría al cliente. • Atender las solicitudes del nutricionista • Las demás funciones de acuerdo a la naturaleza de su cargo 			
EDUCACIÓN:			
Bachiller técnico, con conocimientos en alimentos y preparación de menús			
RESPONSABILIDADES:			
<ul style="list-style-type: none"> • Estandarización de la materia prima e insumos, tiempos de cocción y/o refrigeración. • Control de la calidad de los menús. • Control de inventario de alimentos e insumos. • Supervisar el buen manejo de residuos • Supervisar el manejo de equipos e insumos del área de cocina 			

- Contribuir con eficacia, eficiencia y efectividad en la ejecución de los procesos en que se encuentra comprometida.
- Gestionar y presentar propuestas de mejora para maximizar las utilidades, además buscar medios de control del costo y gasto de manera mensual.


Cuadro 63. (Continuación)

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	RH.02
		Edición:	1
		Fecha:	01/07/10

COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO
FORMACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> • Cursos de formación y actualización en el cargo. • Capacitación para ejercer el Rol asignado.
EXPERIENCIA
Para desempeñar el cargo mínimo de un (2) año de experiencia certificada en el área.
APTITUDES
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de trabajo y responsabilidad • Poseer buenas relaciones interpersonales. • Aptitud verbal. • Responsabilidad en la ejecución de tareas asignadas. • Capacidad de planeación. • Trabajo en equipo. • Honestidad • Iniciativa. • Compromiso institucional. • Destreza y entendimiento en las actividades. • Liderazgo Capacidad de análisis. • Sensibilidad humana. • Toma de decisiones y creatividad. • Atención, memoria, concentración.


<ul style="list-style-type: none"> Resolución de conflictos 	
CARGO JEFE INMEDIATO: Administrador	SUPERVISA A: meseros
OBSERVACIONES:	Firma:
	Fecha: __/__/__

Cuadro 64. Descripción y perfil del cargo Mesero

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	RH.01
		Edición:	1
		Fecha:	01/07/10
DENOMINACIÓN DEL CARGO: MESEROS			
OBJETIVO DEL CARGO: Ejecución de labores de servicio al cliente y de apoyo en los procesos del área de cocina			
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> Promover el cumplimiento de la plataforma estratégica de la empresa tales como la misión, visión, los principios y valores organizacionales. Cumplir las políticas, reglamentos, normas y procedimientos vigentes en la empresa. Velar por la utilización eficiente de los recursos. Responsable de la calidad y presentación de los menús indicados por el nutricionista. Atención y servicio al cliente con calidad y eficiencia Realizar el aseo del área del comedor y cumplir con el procedimiento de los desechos Presentar buen temperamento, buenas relaciones en las accesoria con los clientes. Contribuir con eficacia, eficiencia y efectividad en la ejecución de los procesos en que se encuentra comprometida, "servicio al cliente y cocina" Gestionar y presentar propuestas de mejora para maximizar las utilidades, además buscar medios de control del costo y gasto de manera mensual. Ejecutar las Acciones Correctivas y Preventivas del proceso el cual lidera. Demostrar el cumplimiento en el programa "un sitio para cada cosa y cada cosa en su sitio". Responder por los activos y bienes valores que tiene a su disposición. Las demás funciones que sean asignadas por el jefe inmediato y que estén relacionadas con la naturaleza del cargo. 			


EDUCACIÓN: Bachiller
RESPONSABILIDADES: <ul style="list-style-type: none"> • Velar por la satisfacción del cliente durante el tiempo de permanencia en el establecimiento. • Presentar excelente servicio los clientes que conlleve a la fidelización.

Cuadro 64. (Continuación)

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	RH.01
		Edición:	1
		Fecha:	01/07/10
RESPONSABILIDADES			
<ul style="list-style-type: none"> • Participar activamente en la evaluación de la medición de satisfacción del cliente, incluyendo sus quejas, reclamos y acciones de mejora. • Ejecutar las Acciones Correctivas y Preventivas del proceso de satisfacción del cliente. • Responder por los activos y bienes valores que tiene a su disposición. • Las demás funciones que sean asignadas por el jefe inmediato y que estén relacionadas con la naturaleza del cargo. 			
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO			
FORMACIÓN			
<ul style="list-style-type: none"> • Cursos de formación y actualización en el cargo. • Capacitación para ejercer el Rol asignado. • Conocimientos básicos de mesero 			
EXPERIENCIA			
Para desempeñar el cargo mínimo de un (6) meses de experiencia certificada en el área.			
APTITUDES			
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de trabajo y responsabilidad • Poseer buenas relaciones interpersonales. • Aptitud verbal. • Responsabilidad en la ejecución de tareas asignadas. • Trabajo en equipo. • Honestidad • Compromiso institucional. • Destreza y entendimiento en las actividades. 			


<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo Capacidad de análisis. • Sensibilidad humana. • Toma de decisiones y creatividad. • Atención, memoria, concentración. • Resolución de conflictos 	
CARGO JEFE INMEDIATO: administrador	SUPERVISA A:
OBSERVACIONES:	Firma:
	Fecha: __/__/__

Cuadro 65. Descripción y perfil del cargo auxiliar de cocina

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	RH.02
		Edición:	1
		Fecha:	01/07/10
DENOMINACIÓN DEL CARGO:			
AUXILIAR DE COCINA			
OBJETIVO DEL CARGO:			
Garantizar el adecuado manejo de la elaboración y preparación de los almuerzos			
FUNCIONES:			
<ul style="list-style-type: none"> • Promover el cumplimiento de la plataforma estratégica de la empresa tales como la misión, visión, los principios y valores organizacionales. • Cumplir las políticas, reglamentos, normas y procedimientos vigentes en la empresa. • Velar por la utilización eficiente de los recursos. • Responsable utilización de las materias primas y evitar los desperdicios. • Utilizar las medidas necesarias para evitar posibles infecciones, accidentes de trabajo y/ enfermedades profesionales. • Atención, servicio y asesoría al cliente. • Atender las solicitudes del nutricionista • Las demás funciones de acuerdo a la naturaleza de su cargo 			
EDUCACIÓN:			
Bachiller técnico, con conocimientos en alimentos y preparación de menús			
RESPONSABILIDADES:			
<ul style="list-style-type: none"> • Estandarización de la materia prima e insumos, tiempos de cocción y/o refrigeración. • Control de la calidad de los menús. 			

<ul style="list-style-type: none"> • Contribuir con eficacia, eficiencia y efectividad en la ejecución de los procesos en que se encuentra comprometida. • Demostrar el cumplimiento en el programa “un sitio para cada cosa y cada cosa en su sitio”. • Responder por los activos y bienes valores que tiene a su disposición. • Las demás funciones que sean asignadas por el jefe inmediato y que estén relacionadas con la naturaleza del cargo.
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO
FORMACIÓN


Cuadro 65. (Continuación)

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	RH.02
		Edición:	1
		Fecha:	01/07/10

<ul style="list-style-type: none"> • Cursos de formación y actualización en el cargo. • Capacitación para ejercer el Rol asignado.
EXPERIENCIA
Para desempeñar el cargo mínimo de un (2) año de experiencia certificada en el área.
APTITUDES
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de trabajo y responsabilidad • Poseer buenas relaciones interpersonales. • Aptitud verbal. • Responsabilidad en la ejecución de tareas asignadas. • Capacidad de planeación. • Trabajo en equipo. • Honestidad • Iniciativa. • Compromiso institucional. • Destreza y entendimiento en las actividades. • Liderazgo Capacidad de análisis.


<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilidad humana. • Toma de decisiones y creatividad. • Atención, memoria, concentración. • Resolución de conflictos 	
CARGO JEFE INMEDIATO: Administrador	SUPERVISA A:
OBSERVACIONES:	Firma:
	Fecha: __/__/__

Cuadro 66 .Descripción y perfil del contador

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	RH.01
		Edición:	1
		Fecha:	01/07/10
DENOMINACIÓN DEL CARGO:			
CONTADOR			
OBJETIVO DEL CARGO:			
Velar por los estados financieros de la empresa.			
FUNCIONES:			
<ul style="list-style-type: none"> • Es el encargado de la asesoría financiera de la empresa. • Presentar y cancelar los respectivos impuestos en los tiempos estipulados. • Presentar los estados financieros de la empresa trimestralmente. • Llevar y presentar los libros contables 			
EDUCACIÓN:			
<ul style="list-style-type: none"> • Contador Público con tarjeta profesional. 			
RESPONSABILIDADES:			
<ul style="list-style-type: none"> • Actuar de manera determinada en circunstancias diversas. • Apoyar la gestión de gerencia y participar en implementación de planes y programas de mejoramiento continuo. 			
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO			
FORMACIÓN			

<ul style="list-style-type: none"> • Cursos de formación y actualización en el cargo. 	
EXPERIENCIA	
Para desempeñar el cargo mínimo de un (3) año de experiencia certificada en el área.	
APTITUDES	
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de trabajo y responsabilidad • Poseer buenas relaciones interpersonales. • Aptitud verbal. • Responsabilidad en la ejecución de tareas asignadas. 	
CARGO JEFE INMEDIATO: Administrador	SUPERVISA A:
OBSERVACIONES:	Firma:
	Fecha: __/__/__

Cuadro 67.Descripción y perfil de la nutricionista

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	RH.01
		Edición:	1
		Fecha:	01/07/10
DENOMINACIÓN DEL CARGO:			
NUTRICIONISTA			
OBJETIVO DEL CARGO:			
Garantizar la eficiente prestación de los servicios de restaurante, suministros de almuerzos conforme a los procedimientos y normas vigentes.			

<p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyar la capacitación a los empleados de cocina sobre la importancia de una adecuada alimentación y nutrición y sobre todo lo relacionado con temas de su área. • Hacer el seguimiento a todos los empleados encargados de la manipulación de los alimentos para verificar el cumplimiento de las reglas de sanidad y manipulación. • Realizar seguimientos en cada empleado para hacer diagnóstico de los problemas que se presentan y apoyar o gestionar la solución de los mismos. • Controlar que no sean despilfarrados los alimentos. • Mantener informado a su jefe inmediato sobre las actividades que viene adelantando y sobre cualquier novedad que se presente en torno al suministro de los alimentos. • Cumplir de manera efectiva la misión y los objetivos de la empresa. • Desempeñar las demás funciones inherentes al cargo que le sean asignadas por el jefe inmediato.
<p>EDUCACIÓN:</p> <p>Título profesional en Nutrición y Dietética, debidamente registrado.</p>
<p>RESPONSABILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actuar de manera determinada en circunstancias diversas. • Apoyar la gestión de gerencia y participar en implementación de planes y programas de mejoramiento continuo.
<p>COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO</p>
<p>FORMACIÓN</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Cursos de formación y actualización en el cargo. • Capacitación para ejercer el Rol asignado.

Cuadro 67. (Continuación)

	<p>FICHA DE PUESTO DE TRABAJO</p>	Código:	RH.01
		Edición:	1
		Fecha:	01/07/10

<p>EXPERIENCIA</p>

Para desempeñar el cargo mínimo de un (3) año de experiencia certificada en el área.	
APTITUDES	
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de trabajo y responsabilidad • Poseer buenas relaciones interpersonales. • Aptitud verbal. • Responsabilidad en la ejecución de tareas asignadas. • Capacidad de planeación. • Trabajo en equipo. • Honestidad • Iniciativa. 	
CARGO JEFE INMEDIATO: Administrador	SUPERVISA A: Jefe de cocina
OBSERVACIONES:	Firma:
	Fecha: __/__/__

4.3.3 Estructura salarial. Los salarios se asignaran con base en las políticas de personal establecidas en el reglamento de trabajo teniendo en cuenta los estudios de salarios en el sector, también el nivel de complejidad en la toma de decisiones. Se tendrá un asesor contable, donde se dispondrá de unos honorarios mensuales de \$200.000, también un asesor nutricionista con honorarios mensuales de \$150.000, La asignación salarial del recurso humano se hizo de la siguiente forma:

Cuadro 68. Asignación salarial de los cargos

Mano de obra directa						
Cargo	Valor Mensual	Provisión Prestaciones 21,82%	Parafiscales 9%	Seg. Social 21.02%	Total Mes	Total Año
Jefe de Cocina	600.000	130.920	54.000	126.132	911.052	10.932.624
Aux. de Cocina Medio Tiempo*	515.000	112.373	46.350	108.263	781.986	9.383.836
Total	1.115.000	243.293	100.350	234.395	1.693.038	20.316.460

Mano de obra administrativa						
Cargo	Valor Mensual	Prestaciones	Parafiscales 9%	Seg. Social 21.02%	Total Mes	Total Año
Administrador	700.000	152.740	63.000	147.154	1.062.894	12.754.728
Mesero medio tiempo	280.000	61.096	25.200	58.862	425.158	5.101.891
mesero medio tiempo	280.000	61.096	25.200	58.862	425.158	5.101.891
Total	980.000	213.836	88.200	206.016	1.913.209	22.958.510

*La persona auxiliar de cocina apoyara al mesero en funciones de atención al público y aseo de las mesas en los momentos de mayor afluencia de cliente.

4.4 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO

-El estudio administrativo y legal, está enmarcado en el Código de Comercio artículo 19 numeral 1, para el montaje y funcionamiento de establecimientos públicos clasificados en la categoría de alimentos y comestibles. Se constituirá como Sociedad Limitada, perteneciente al sector de servicios.

-Se presentan elementos necesarios para complementar el buen funcionamiento de la empresa Restaurante Bucare, como son: visión, misión, objetivos, políticas y valores que entrelazados permiten cumplir con las metas propuestas por la organización.

-La estructura Organizacional está diseñada de manera que sea perfectamente clara para todos, quien debe realizar determinada tarea y quien es responsable por determinados resultados; en esta forma se eliminan las dificultades que ocasiona la imprecisión en la asignación de responsabilidades y se logra un sistema de comunicación y de toma de decisiones que refleja y promueve los objetivos de la empresa.

-Los salarios serán acordes con el trabajo a realizar y con el fin de que el empleado este motivado y considere su estabilidad laboral en la empresa. Los contratos de trabajo son a término fijo.

5. ESTUDIO FINANCIERO

Para el estudio financiero se analizaron los valores económicos y elementos definidos en los estudios de mercados y técnico, para establecer el monto de los recursos financieros que serán necesarios para la implementación y operación del proyecto, confrontar los ingresos esperados con los egresos para pronosticar los resultados de la operación que se va a emprender. Una vez conocidas las necesidades de recursos financieros deberán estudiarse y definirse las fuentes que los aportarán y examinarse las condiciones en que lo harán, para establecer las más convenientes para el proyecto. Lo anterior exige determinar para cada uno de los años de implementación y de operación del proyecto el valor de las inversiones iniciales, ingresos y egresos para consolidar de esta manera los datos que permitan establecer los estados financieros que justifique la ejecución o el rechazo del proyecto a partir de argumentos financieros.

5.1 INVERSIONES

Está constituida por el conjunto de erogaciones o de aportaciones que se tendrán que hacer para adquirir todos los bienes y servicios necesarios para la implementación del restaurante, o sea para dotarla de su capacidad operativa. Estas inversiones iniciales son el resultado del estudio de mercados y el estudio técnico.

La inversión de este proyecto comprende: Inversión fija, inversión diferida e inversión de capital de trabajo. Se contará con un capital de trabajo para 30 días con el propósito de tener el efectivo necesario para el normal funcionamiento de sus actividades. Se justifica este período porque las ventas se realizan de contado y se estarán percibiendo los recursos económicos necesarios para cancelar costos y gastos iniciales.

5.1.1 Inversión fija. Está constituido por diversos bienes que sirven para alojar la unidad productiva y que permiten la realización del producto, en este caso la transformación de alimentos en menús.

5.1.1.1 Maquinaria y equipo. Comprende el equipo operativo para producir el servicio, entre los cuales se encuentran...Véase cuadro 69.

Cuadro 69. Maquinaria y equipo

Maquinaria y Equipo			
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Nevera	1	1.200.000	1.200.000
Congelador - refrigerador	1	2.000.000	2.000.000
Horno a gas industrial	1	600.000	600.000
Estufa industrial (incluye plancha y campana extractora)	1	4.600.000	4.600.000
Licuadaora	2	200.000	400.000
Procesador de alimentos	1	150.000	150.000
Batidora	1	150.000	150.000
Abrelatas	1	50.000	50.000
Extractor de jugos	1	400.000	400.000
Horno eléctrico	1	100000	100.000
Total			9.650.000

Fuente: Maqui especial

5.1.1.2 Muebles y enseres. Está compuesto por todos los muebles y equipos necesarios para la adecuación del área productiva, ventas y administrativa...Véase cuadro 70.

Cuadro 70. Muebles y Enseres

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Mesas	20	65.000	1.300.000
Sillas	80	28.000	2.240.000
Mesa de cocina	2	400.000	800.000
Extintor	3	90.000	270.000
Set de aseo : papeleras, canecas, baldes, traperos, escobas, cepillos)	1	200.000	200.000
Botiquín	1	50.000	50.000
Escritorio y silla de oficina	2	1.400.000	2.800.000
Útiles de oficina	1	200.000	200.000
Total			7.860.000

Fuente: Almacén el baratillo

5.1.1.3 Equipo de oficina. Es el equipo mobiliario, mecánico y electrónico de propiedad del ente económico, utilizado para el desarrollo de sus operaciones...Véase cuadro 64...

Cuadro 71. Costo de equipo de oficina

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Computador	1	3.800.000	3.800.000
Impresora multifuncional	1	300.000	300.000
Caja registradora	1	600.000	600.000
Aire acondicionado	3	400.000	1.200.000
Televisor	2	1.200.000	2.400.000
Ventilador	2	150.000	300.000
Equipo de sonido	1	800.000	800.000
Teléfono inalámbrico	1	160.000	160.000
Telefax	1	380.000	380.000
Total			9.940.000

Fuente: Almacenes el Higüero

5.1.1.4 Herramientas. Comprende los elementos adicionales a los equipos especializados, requeridos para la prestación del servicio...Véase cuadro 65...

Cuadro 72. Costo de herramientas

Herramientas y suministros			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Set condimentos, saleros.	20	10000	200.000
Vajilla(por 7 puestos)	10	70.000	700.000
Vasos	80	2.000	160.000
Bandejas plásticas	15	10000	150.000
Juego de cubiertos	10	45.000	450.000
Mantelería	25	12.000	300.000
Batería de cocina completa (ollas, sartenes, pailas, olla a presión, cubertería, cristalería, cuchillos, espumaderas, cucharones, bandejas, mesas de trabajo)	1	4.300.000	4.300.000
Platilleros	3	15000	45.000
Olla indio 50 lt	1	250000	250.000
Calderos grandes	1	150000	150.000
Juego cucharones fundidos industriales	1	50000	50.000
Juego cucharones grandes en madera	1	70000	70.000
Cuchillos tamaño 10	1	20000	20.000
Cuchillos tamaño 6	1	15000	15.000
Tablas de acrílico para picar	3	15000	45.000
Juego de recipientes varios de cocina x 6	2	40000	80.000
Bandejas para el horno	2	30000	60.000
Total			7.045.000

Fuente: Muebles rimax

5.1.1.5 Total de inversión fija. Refleja el consolidado de la inversión fija requerida para el montaje y funcionamiento del Restaurante Saludable...Véase cuadro 66...

Cuadro 73. Total inversión fija

Total inversión fija	
Inversión	Valor
Maquinaria y equipo	9.650.000
Muebles y enseres	7.860.000
Equipos de oficina	9.940.000
Herramientas y suministros	7.045.000
Total	34.495.000

Fuente: Cuadros 62, 63, 64,65

5.1.2 Inversión diferida. Comprende los gastos de constitución en que incurrirá el Restaurante para iniciar sus operaciones, como los desembolsos pre operativos de la empresa para cubrir requisitos de ley, estudios patentes y licencias, adecuaciones locativas de producción etc. En este también se incluye los costos relacionados con el posicionamiento inicial de la empresa publicidad de lanzamiento al igual que medidas locativas de seguridad y constitución.

Cuadro 74. Total inversión diferida

Inversión diferida			
Gastos pre-operacionales y constitución		Presupuesto de Publicidad	
Diferido	Valor Total	Actividad	Valor
Adecuación	6.000.000	Publicidad y promoción	6.040.000
Gastos de Constitución	1.300.000		
Factibilidad	2.000.000		
Subtotal diferidos	9.300.000	Total	6.040.000
Inversión Diferida	9.300.000	Total Inversión Diferida	15.340.000

5.1.3 Inversión de capital de trabajo. La inversión de capital incluye todos los recursos necesarios para efectos de producir y prestar servicios que ofrece el restaurante, el cual contempla la cantidad de dinero necesario para dar inicio a la producción al ciclo productivo financiando la producción antes de observar los primeros ingresos.

El capital está conformado por costos directos del servicio, gastos de administración y ventas y gastos financieros.

-Costos del servicio o producto. Se relacionan todos los desembolsos requeridos, que están comprometidos directamente con la producción del servicio, entre ellos están:

-Materia Prima. Son los materiales que hacen parte del proceso de producción. Teniendo en cuenta que los menús que ofrecerá el restaurante a sus clientes, fueron elaborados por un nutricionista, estos menús son fijados para una semana de 5.5 días, de la siguiente manera:

Cuadro 75. Distribución de los menús/día

Días		Menús	Materia prima / menú	Proyección número de ventas días
Lunes	Menú de día	carne en bistec	\$ 2.930	50
	Menú opcional	Pernil de pollo en finas hierbas	\$ 2.610	30
Martes	Menú de día	Pechuga Grille	\$ 2.520	50
	Menú opcional	Goulash (carne picada con verduras)	\$ 2.820	30
Miércoles	Menú de día	Pernil de pollo en finas hierbas	\$ 2.610	50
	Menú opcional	Róbaló a la plancha	\$ 3.514	30
Jueves	Menú de día	Goulash (carne picada con verduras)	\$ 2.820	50
	Menú opcional	Pechuga Grille	\$ 2.520	30
Viernes	Menú de día	Róbaló a la plancha	\$ 3.514	50
	Menú opcional	carne en bistec	\$ 2.930	30
Sábado	Menú de día	Róbaló a la plancha	\$ 3.514	30
	Menú opcional	Pechuga Grille	\$ 2.520	10
TOTAL		ALMUERZOS A LA SEMANA		440

Fuente: Autor del proyecto

PREPARACIÓN	ALIMENTOS INGREDIENTES	TOTAL UNIDADES /AÑO	VALOR UNIDAD – LIBRA	VALOR TOTAL
CREMA DE CEBOLLA	CEBOLLA CABEZONA	614,4	\$2.000	\$ 1.228.800
	CREMA DE LECHE LIGHT	12,288	\$2.500	\$ 30.720
	MARGARINA LIGHT	6,144	\$5.000	\$ 30.720
	SAL	6,144	\$1.600	\$ 9.830
CARNE EN BISTEC	CARNE DE 1A	960	\$4.000	\$ 3.840.000
	TOMATE	253,44	\$2500	\$ 633.600
	CEBOLLA CABEZONA	153,6	\$2.000	\$ 307.200
	RAMAS DE APIO	15,36	\$2.000	\$ 30.720
	AJO	15,36	\$4.000	\$ 61.440
	SALSA NEGRA	38,4	\$3.000	\$ 115.200
	SAL	7,68	\$1.600	\$ 12.288
ARROZ CON VERDURAS	ACEITE	38,4	\$5.000	\$ 192.000
	APIO EN RAMA	15,36	\$2.000	\$ 30.720
	ARROZ	230,4	\$1.800	\$ 414.720
	CEBOLLA LARGA	25,344	\$2.000	\$ 50.688
	PIMENTON	25,344	\$1.600	\$ 40.550
	SAL	6,144	\$1.600	\$ 9.830
	ZANAHORIA	140,544	\$2.000	\$ 281.088
	PEREJIL	38,4	\$1.600	\$ 61.440
PAPA AL VAPOR	PAPA	768	\$1000	\$ 768.000
	SAL	6,144	\$1.600	\$ 9.830
ENSALADA CORRIENTE	CEBOLLA CABEZONA	230,4	\$2.000	\$ 460.800
	PEPINO COHOMBRO	138,24	\$800	\$ 110.592
	REPOLLO BLANCO	230,4	\$600	\$ 138.240
	TOMATE	230,4	\$2500	\$ 576.000
	VINAGRETA	15,36	\$2000	\$ 30.720
	CEBOLLA CABEZONA	30,72	\$2000	\$ 61.440
	CEBOLLA LARGA	30,72	\$2000	\$ 61.440
GARBANZO	COLOR	7,68	\$1.600	\$ 12.288
	GARBANZOS	230,4	\$1.600	\$ 368.640
	MIGA DE PAN	44,544	\$2.000	\$ 89.088
	SAL	6,144	\$1600	\$ 9.830
	TOMATE	76,8	\$2500	\$ 192.000
JUGO DE MORA	PANELA	153,6	\$1.400	\$ 215.040
	MORA	537,6	\$950	\$ 551.040
	PANELA	153,6	\$1.400	\$ 215.040
TOTAL NÚMERO DE ALMUERZOS AL AÑO		3.840	TOTAL GENERAL	\$11.281.584
TOTAL VALOR DE MATERIA PRIMA POR PLATO		\$2.930		

PREPARACION	ALIMENTOS INGREDIENTES	TOTAL UNIDADES/AÑO	VALOR LIBRA	VALOR TOTAL
SOPA DE PLATANO RALLADO	AJO	15,36	\$ 4.000	\$ 61.440
	APIO EN RAMA	15,36	\$ 2.000	\$ 30.720
	ARVEJA VERDE	46,08	\$ 3.500	\$ 161.280
	CEBOLLA CABEZONA	7,68	\$ 2.000	\$ 15.360
	CILANTRO	15,36	\$ 2.000	\$ 30.720
	PAPA AMARILLA	153,6	\$ 1.000	\$ 153.600
	PAPA COMUN	307,2	\$ 500	\$ 153.600
	PIMENTON	7,68	\$ 1.600	\$ 12.288
	PLATANO VERDE	307,2	\$ 2.600	\$ 798.720
	ZANAHORIA	53,76	\$ 2.000	\$ 107.520
	SAL	6,144	\$ 1.600	\$ 9.830
ROBALO A LA PLANCHA	ROBALO	960	\$ 11.500	\$ 11.040.000
	ACEITE	12,7488	\$ 5.000	\$ 63.744
	HARINA DE TRIGO	102,144	\$ 2.400	\$ 245.146
	HUEVOS	3,84	\$ 400	\$ 1.536
	SAL	7,68	\$ 1.600	\$ 12.288
	SAZON	0,9216	\$ 6.000	\$ 5.530
ARROZ CON PEREJIL	ARROZ	384	\$ 1.800	\$ 691.200
	ACEITE	38,4	\$ 5.000	\$ 192.000
	CEBOLLA LARGA	30,72	\$ 2.000	\$ 61.440
	PEREJIL	38,4	\$ 1.600	\$ 61.440
	PIMENTON	23,04	\$ 1.600	\$ 36.864
	SAL	6,144	\$ 1.600	\$ 9.830
YUCA AL VAPOR	YUCA	768	\$ 800	\$ 614.400
	SAL	6,144	\$ 1.600	\$ 9.830
ENSALADA VINAGRETA	CEBOLLA CABEZONA	161,28	\$ 2.000	\$ 322.560
	PEPINO COHOMBRO	153,6	\$ 800	\$ 122.880
	REPOLLO BLANCO	307,2	\$ 600	\$ 184.320
	TOMATE DE 1A	230,4	\$ 2.500	\$ 576.000
	VINAGRETA	15,36	\$ 1.600	\$ 24.576
TORTA DE VERDURAS	ARVEJA VERDE	115,2	\$ 3.500	\$ 403.200
	CEBOLLA LARGA	46,08	\$ 2.000	\$ 92.160
	HUEVOS	3,072	\$ 400	\$ 1.229
	MARGARINA	3,84	\$ 5.000	\$ 19.200
	MIGA DE PAN	38,4	\$ 200	\$ 7.680
	QUESO DESCREMADO	46,08	\$ 2.600	\$ 119.808
	HABICHUELA	215,04	\$ 3.000	\$ 645.120
	SALSA DE TOMATE	19,2	\$ 3.000	\$ 57.600
	SAZON	15,36	\$ 6.000	\$ 92.160
	TOMATE DE 2A	92,16	\$ 1.200	\$ 110.592
	ZANAHORIA	107,52	\$ 1.600	\$ 172.032
JUGO DE LULO	LULO	537,6	\$ 1.500	\$ 806.400
	PANELA	153,6	\$ 1.400	\$ 215.040
TOTAL NÚMERO DE ALMUERZOS AL AÑO		5.280	TOTAL GENERAL	\$18.552.883
TOTAL VALOR DE MATERIA PRIMA POR PLATO		\$3.514		

PREPARACIÓN	ALIMENTOS INGREDIENTES	libras/año	valor libra	valor total
SOPA DE CEBADA	AJO	17,28	\$4.000	\$ 69.120
	APIO EN RAMA	17,28	\$2.000	\$ 34.560
	CEBADA	158,112	\$2.000	\$ 316.224
	CEBOLLA CABEZONA	6,912	\$2.000	\$ 13.824
	CILANTRO	17,28	\$2.000	\$ 34.560
	PAPA AMARILLA	172,8	\$1.000	\$ 172.800
	PIMENTON	6,912	\$1.600	\$ 11.059
	SAL	6,912	\$1.600	\$ 11.059
PECHUGA GRILLE	PECHUGA DE POLLO	1296	\$2.700	\$ 3.499.200
	SAL	8,64	\$1600	\$ 13.824
	ADOBO COMPLETO	17,28	\$3.000	\$ 51.840
ARROZ CON ZANAHORIA	ACEITE	43,2	\$5.000	\$ 216.000
	ARROZ	432	\$1.800	\$ 777.600
	CEBOLLA CABEZONA	35,424	\$2.000	\$ 70.848
	PIMENTON	28,512	\$1.600	\$ 45.619
	SAL	6,912	\$1.600	\$ 11.059
	ZANAHORIA	216	\$2.000	\$ 432.000
PAPA SALTEADA CON APIO	PAPA COMUN	864	\$500	\$ 432.000
	SAL	6,912	\$1.600	\$ 11.059
	APIO EN RAMA	34,56	\$2.000	\$ 69.120
	MARGARINA	6,912	\$5.000	\$ 34.560
ENSALADA ORIENTAL	REPOLLO BLANCO	259,2	\$600	\$ 155.520
	PEPINO COHOMBRO	155,52	\$800	\$ 124.416
	PEREJIL	17,28	\$1.600	\$ 27.648
	SAL	8,64	\$1.600	\$ 13.824
	TOMATE	259,2	\$2.500	\$ 648.000
	ZANAHORIA	224,64	\$2.000	\$ 449.280
	HABICHUELA	216	\$3.000	\$ 648.000
ARVEJA AMARILLA	ARVEJA AMARILLA	345,6	\$3.000	\$ 1.036.800
	CEBOLLA CABEZONA	34,56	\$2.000	\$ 69.120
	CEBOLLA LARGA	34,56	\$2000	\$ 69.120
	MIGA DE PAN	51,84	\$2.100	\$ 108.864
	ADOBO COMPLETO	17,28	\$3.000	\$ 51.840
	SAL	6,912	\$1.600	\$ 11.059
	ZANAHORIA	86,4	\$2.000	\$ 172.800
	TOMATE	86,4	\$2.500	\$ 216.000
JUGO DE DURAZNO	DURAZNO	604,8	\$850	\$ 514.080
	PANELA	172,8	\$1.400	\$ 241.920
TOTAL NÚMERO DE ALMUERZOS AL AÑO		4.320	TOTAL GENERAL	\$10.886.227
TOTAL VALOR DE MATERIA PRIMA POR PLATO		\$2.520		

PREPARACIÓN	ALIMENTOS INGREDIENTES	libras/año	valor libra	valor total
SOPA DE AVENA	ARVEJA VERDE	46,08	\$3.500	\$ 161.280
	AJO	15,36	\$4.000	\$ 61.440
	APIO EN RAMA	15,36	\$2.000	\$ 30.720
	AVENA EN HOJUELAS	138,24	\$1.200	\$ 165.888
	CEBOLLA CABEZONA	6,144	\$2.000	\$ 12.288
	PAPA AMARILLA	76,8	\$1.000	\$ 76.800
	PAPA COMUN	230,4	\$500	\$ 115.200
	PIMENTON	6,144	\$1.600	\$ 9.830
	SAL	6,144	\$1.600	\$ 9.830
CARNE GOULASH	CARNE 2A PICADA	960	\$4.000	\$ 3.840.000
	PAPA COMUN	50,688	\$500	\$ 25.344
	CEBOLLA CABEZONA	50,688	\$2.000	\$ 101.376
	ZANAHORIA	122,88	\$2.000	\$ 245.760
	MIGA DE PAN	50,688	\$2.000	\$ 101.376
	APIO EN RAMA	15,36	\$2.000	\$ 30.720
	CILANTRO	15,36	\$2.000	\$ 30.720
	PEREJIL	15,36	\$1.600	\$ 24.576
	PIMENTON	19,2	\$1.600	\$ 30.720
ARROZ PERLA	ACEITE	38,4	\$5.000	\$ 192.000
	ARROZ	384	\$1.800	\$ 691.200
	CEBOLLA LARGA	30,72	\$2.000	\$ 61.440
	PIMENTON	23,04	\$1.600	\$ 36.864
	SAL	6,144	\$1.600	\$ 9.830
PAPA CRIOLLA	PAPA AMARILLA	768	\$1.000	\$ 768.000
	SAL	7,68	\$1.600	\$ 12.288
ENSALADA VERDE	AGUACATE	230,4	\$1.500	\$ 345.600
	APIO EN RAMA	30,72	\$2.000	\$ 61.440
	ARVEJA VERDE	46,08	\$3.500	\$ 161.280
	HABICHUELA	192	\$3.000	\$ 576.000
	REPOLLO BLANCO	153,6	\$600	\$ 92.160
	PEPINO COHOMBRO	153,6	\$800	\$ 122.880
	PIMENTON	38,4	\$1.600	\$ 61.440
	TOMATE 1A	230,4	\$2.500	\$ 576.000
TORTA DE ZANAHORIA CON NARANJA	HARINA DE TRIGO	92,16	\$2.400	\$ 221.184
	AZUCAR MORENA	76,8	\$7.000	\$ 537.600
	MARGARINA	46,08	\$5.000	\$ 230.400
	HUEVO	76,8	\$400	\$ 30.720
	ZANAHORIA RALLADA	107,52	\$2.000	\$ 215.040
JUGO DE GUAYABA	GUAYABA	537,6	\$1.000	\$ 537.600
	PANELA	153,6	\$1.400	\$ 215.040
TOTAL NÚMERO DE ALMUERZOS AL AÑO		3.840	TOTAL GENERAL	\$10.829.875
TOTAL VALOR DE MATERIA PRIMA POR PLATO		\$2.820		

PREPARACIÓN	ALIMENTOS INGREDIENTES	libras/año	valor libra	valor total
CREMA DE VERDURAS	AUYAMA	316,8	\$530	\$ 167.904
	APIO EN RAMA	21,12	\$2.000,0	\$ 42.240
	BERENJENA BLANCA	158,4	\$1.200	\$ 190.080
	CEBOLLA CABEZONA	8,448	\$2000	\$ 16.896
	CILANTRO	10,56	\$2000	\$ 21.120
	GUACAS	10,56	\$7.000	\$ 73.920
	HABICHUELA	221,76	\$2.000	\$ 443.520
	HARINA DE TRIGO	8,448	\$2.400	\$ 20.275
	MAZORCA	105,6	\$2.000	\$ 211.200
	PAPA AMARILLA	105,6	\$1.000	\$ 105.600
	PEREJIL	10,56	\$1.600	\$ 16.896
	PIMENTON	10,56	\$1.600	\$ 16.896
	SAL	10,56	\$1.600	\$ 16.896
PERNIL DE POLLO EN FINAS HIERBAS	ZANAHORIA	69,696	\$2.000	\$ 139.392
	PERNIL DE POLLO	1372,8	\$1.000	\$ 1.372.800
	SAL	10,56	\$1.600	\$ 16.896
	ADOBO COMPLETO	21,12	\$3.000	\$ 63.360
ARROZ CON ESPINACAS	ACEITE	52,8	\$5.000	\$ 264.000
	ARROZ	528	\$1.800	\$ 950.400
	CEBOLLA LARGA	42,24	\$2.000	\$ 84.480
	ESPINACAS	105,6	\$1.000	\$ 105.600
	PIMENTON	31,68	\$1.600	\$ 50.688
PURE DE PAPA	PAPA COMUN	1056	\$500	\$ 528.000
	MARGARINA LIGHT	10,56	\$5.000	\$ 52.800
	LECHE DESCREMADA	42,24	\$5.000	\$ 211.200
ENSALADA MIXTA	ARVEJA VERDE	63,36	\$3.500	\$ 221.760
	CEBOLLA CABEZONA	295,68	\$2.000	\$ 591.360
	REPOLLO BLANCO	316,8	\$600	\$ 190.080
	PEPINO COHOMBRO	211,2	\$800	\$ 168.960
	TOMATE	316,8	\$2.500	\$ 792.000
	VINAGRETA DE LIMON	21,12	\$2.000	\$ 42.240
ARVEJA VERDE	ARVEJA VERDE	422,4	\$3.500	\$ 1.478.400
	CEBOLLA CABEZONA	42,24	\$2.000	\$ 84.480
	CEBOLLA LARGA	42,24	\$2.000	\$ 84.480
	MIGA DE PAN	63,36	\$500	\$ 31.680
	SAL	8,448	\$1.600	\$ 13.517
	ZANAHORIA	105,6	\$2.000	\$ 211.200
	TOMATE	105,6	\$2.500	\$ 264.000
JUGO DE GUANABANA	GUANABANA	739,2	\$500	\$ 369.600
	PANELA	211,2	\$1.400	\$ 295.680
TOTAL NÚMERO DE ALMUERZOS AL AÑO		3.840	TOTAL GENERAL	\$10.022.496
TOTAL VALOR DE MATERIA PRIMA POR PLATO		\$2.610		

Cuadro 76. Costo Materia Prima

	Materia Prima por Menú	Número Ventas Mensual	Materia Prima/ Mes	Materia Prima/Año	Participación/\$ Materia Prima
Menú 1. Carne en bistec	\$ 2.930	320	\$ 937.600	\$ 11.251.200,00	18,3%
Menú 2. PERNIL de pollo en finas hierbas	\$ 2.610	320	\$ 835.200	\$ 10.022.400,00	16,3%
Menú 3. Pechuga grille	\$ 2.520	360	\$ 907.200	\$ 10.886.400,00	17,7%
Menú 4. Goulash (carne picada con verduras)	\$ 2.820	320	\$ 902.400	\$ 10.828.800,00	17,6%
Menú 5. Róbalo a la plancha	\$ 3.514	440	\$ 1.546.160	\$ 18.553.920,00	30,1%
Total		1760	\$ 5.128.560	\$ 61.542.720,00	100%

Fuente: Autor del proyecto

-Mano obra directa. Está constituida por los sueldos y prestaciones sociales de los trabajadores que intervienen directamente en la producción del servicio.

Cuadro 77. Costo de mano de obra directa

Cargo	Valor mensual	Provisión prestaciones 21,82%	Parafiscal es 9%	Seguridad Social 21,05%	Total mes	Total año
Jefe de cocina	600.000	130.920	54.000	126.132	911.052	10.932.624
Auxiliar de Cocina medio tiempo	515.000	112.373	46.350	108.263	781.986	9.383.836
Total	1.115.000	243.293	100.350	234.395	1.693.038	20.316.460

-Costos indirectos de fabricación. En este rubro se incluyen conceptos como depreciación, materiales indirectos, mantenimiento y arriendo, costos indirectos necesarios para producir 12.276 almuerzos promediando los valores debido a la variedad de los menús.

Cuadro 78. CIF Variables

Costos indirectos de fabricación variables		
CIF	Valor Mensual	Valor Anual
Servicios (agua, gas, luz)	700.000	8.400.000
Imp. Industria y comercio	70.000	300.000
Materiales indirectos	387.200	4.646.400
Total	1.157.200	13.346.400

Cuadro 79. CIF Fijos

Costos indirectos de fabricación fijos		
CIF	Valor Mensual	Valor Anual
Total Depreciación CIF	278.250	3.339.000
Arriendo 80%	700.000	8.400.000
Seguro De Maquinaria	62.918	755.016
Mantenimiento De Maquinaria	40.000	480.000
Total CIF Fijos Sin Depreciación	802.918	9.635.016
CIF Fijo Con Depreciación	1.081.168	12.974.016

-Depreciación de materiales y equipos. Para la depreciación de los activos fijos se manejará el método de línea recta con un periodo de depreciación de 5 años.

Cuadro 80. Depreciaciones y amortizaciones

Activo	Año s	Depreciación O Amortización	Activo	Año s	Depreciación O Amortización
Herramientas y suministros	5	1.409.000	Muebles y enseres	5	1.572.000
Maquinaria y equipo	5	1.930.000	Equipos de oficina	5	1.988.000
Total depreciación CIF		3.339.000	Activos diferidos	5	3.068.000
Total depreciación y amortizaciones		\$9.967.000			

-Costo del servicio. Para el costo de producción o del servicio del restaurante, se necesita de materia prima, mano de obra directa y costos indirectos del servicio CIF véase el siguiente cuadro:

Cuadro 81. Costo de producción

Concepto	Valor Mensual	Valor Anual
Materias primas	5.128.560	61.542.720
Mano de obra directa	1.693.038	20.316.460
CIF variable	1.157.200	13.346.400
CIF fijos	802.918	9.635.016
Total costos de producción	8.781.716	105.380.596

-Gastos de administración y ventas. Hace referencia a los gastos de administración y ventas están representados por la nómina administrativa, la depreciación de muebles y enseres, equipo de computo u oficina, amortización de diferidos y gastos generales.

Cuadro 82. Gastos de administración y ventas

Gastos de Administración y Ventas		
Concepto	Valor Mensual	Valor Anual
Nómina administrativa	1.913.209	22.958.510
Arrendamiento 30%	300.000	3.600.000
Teléfono fijo, internet	70.000	840.000
Seguros de equipo oficina* (0,00652)	64.809	777.706
Honorarios contador	200.000	2.400.000
Honorarios nutricionista	150.00	1.800.000
Total gastos administración sin depreciación	2.698.018	32.376.216
Total depreciación admón.	552.333	6.628.000
TOTAL	3.250.351	39.004.216

5.1.4 Gastos financieros. Los gastos financieros están representados en un crédito para capital de trabajo, solicitado a Colpatria ya que es una entidad en la cual uno de los socios del restaurante tienen vida crediticia y se facilita su adquisición y financiación...Véase cuadro 83...

Cuadro 83. Gastos financieros

INTERESES Año 1	INTERESES Año 2	INTERESES Año3
\$5.647.537	\$3.763.440	\$1.446.023

Fuente: Autor del proyecto

Es el pago de interés por el préstamo cada año durante los 3 años de financiamiento

- **Amortización del Crédito Bancario.**

Tasa De Interés

Efectiva Anual 25%

Nominal Anual 22.52%

Mensual Nominal 1.74%

Plazo: 36 meses

Cuadro 84. Amortización crédito

cuotas	cuota	interés	capital	saldo
1	1.128.404	522.000	606.404	29.393.596
2	1.128.404	511.449	616.956	28.776.640
3	1.128.404	500.714	627.691	28.148.949
4	1.128.404	489.792	638.613	27.510.336
5	1.128.404	478.680	649.725	26.860.611
6	1.128.404	467.375	661.030	26.199.581
7	1.128.404	455.873	672.532	25.527.050
8	1.128.404	444.171	684.234	24.842.816
9	1.128.404	432.265	696.139	24.146.676
10	1.128.404	420.152	708.252	23.438.424
11	1.128.404	407.829	720.576	22.717.848
12	1.128.404	395.291	733.114	21.984.734
13	1.128.404	382.534	745.870	21.238.864
14	1.128.404	369.556	758.848	20.480.016
15	1.128.404	356.352	772.052	19.707.964
16	1.128.404	342.919	785.486	18.922.478
17	1.128.404	329.251	799.153	18.123.324
18	1.128.404	315.346	813.059	17.310.266
19	1.128.404	301.199	827.206	16.483.060
20	1.128.404	286.805	841.599	15.641.460
21	1.128.404	272.161	856.243	14.785.217
22	1.128.404	257.263	871.142	13.914.076
23	1.128.404	242.105	886.300	13.027.776
24	1.128.404	226.683	901.721	12.126.055
25	1.128.404	210.993	917.411	11.208.644
26	1.128.404	195.030	933.374	10.275.270
27	1.128.404	178.790	949.615	9.325.655

28	1.128.404	162.266	966.138	8.359.517
29	1.128.404	145.456	982.949	7.376.568
30	1.128.404	128.352	1.000.052	6.376.516
31	1.128.404	110.951	1.017.453	5.359.063
32	1.128.404	93.248	1.035.157	4.323.906
33	1.128.404	75.236	1.053.169	3.270.737
34	1.128.404	56.911	1.071.494	2.199.244
35	1.128.404	38.267	1.090.138	1.109.106
36	1.128.404	19.298	1.109.106	0

-Total capital de trabajo. Se determina con la sumatoria de los siguientes conceptos como: materia prima, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación, gastos de administración, venta y financieros.

Cuadro 85. Total capital de trabajo

Ítem	Año	Total Mes
Costo de producción “ver cuadro 75”	\$105.380.596	\$ 8.781.716
Gastos administración “ver cuadro 76”	\$32.367.216	\$ 2.697.268
Gastos financieros “ver cuadro 77”	\$5.647.537	\$ 470.628
Total capital de trabajo	\$143.404.348	\$ 11.950.362

Fuente: Autor del proyecto

-Inversión total. En este rubro se suman cada una de las inversiones es decir inversión fija, diferida y de capital de trabajo. Véase cuadro 86.

Cuadro 86. Inversión total

Detalle	Total	Total Mes
Inversión Fija	\$34.495.000	\$ 2.874.583
Inversión Diferida	\$15.340.000	\$ 1.278.333
Inversión Capital de Trabajo	\$11.479.734	\$ 956.645
TOTAL:	\$61.314.734	\$ 5.109.561

-Fuentes de financiación. Como la actividad del restaurante genera ingresos diarios por la venta de los almuerzos saludables, se tiene la inversión fija y la inversión diferida y se cuenta con el aporte de los socios, se hace necesario para dar inicio al funcionamiento del restaurante, acceder a un crédito bancario por un monto de \$30.662.095 y recursos propios por valor de \$30.652.639 con el fin de disponer los dineros necesarios para la puesta en marcha del restaurante y cubrir con materia prima, nómina, costos y gastos iniciales.

Recursos Propios	49,992%			
Financiación	50,008%			
FINANCIACIÓN DEL PROYECTO				
Fuente	Inversión Fija	Inversión diferida	Capital de trabajo	Total
RECURSOS PROPIOS	17.244.840	7.668.817	5.738.982	30.652.639
FINANCIACIÓN PRESTAMO BANCARIO	17.250.160	7.671.183	5.740.752	30.662.095
Total	34.495.000	15.340.000	11.479.734	61.314.734

5.2 COSTOS

Una vez definida la inversión total, se distribuyen los costos y gastos tanto fijos como variables como base para estimar el costo unitario de cada almuerzo y su precio de venta.

5.2.1 Costos fijos. Son aquellos que permanecen inalterables sin importar el volumen de producción, vendase o no se venda en el periodo de tiempo específico.

Cuadro 87. Costos fijos

Cuentas	Valor Mensual	Valor Anual
Gastos de administración y ventas “ ver cuadro 82”	\$ 3.250.351	\$ 39.004.216
Mano de obra “ver cuadro 77”	\$ 1.693.038	\$ 20.316.460
CIF fijos (arriendo, depreciación, mantenimiento, seguros) “ver cuadro 79”	\$ 1.081.168	\$ 12.974.016
Total	\$ 6.024.558	\$ 72.294.692

Fuente: Autor del proyecto

5.2.2 Costos variables. Son los que inciden directamente en la producción de los almuerzos y la prestación del servicio en el restaurante y que varían de acuerdo con el incremento de los mismos en una unidad de tiempo determinada.

Cuadro 88. Costos variables

Cuentas	Valor Mensual	Valor Anual
Materia prima “ver cuadro 76”	\$ 5.128.560	\$ 61.542.720
CIF variables “ver cuadro 78”	\$ 1.112.200	\$ 13.346.400
Gastos financieros “ver cuadro 83”	\$ 470.628	\$ 5.647.537
Total	\$ 6.711.388	\$ 80.536.657

Fuente: Autor del proyecto

5.2.3 Costos totales. Es la suma de los costos variables y costos fijos, el cual da el costo total del producto este sirve para calcular el precio de venta.

Cuadro 89. Costos totales

DETALLE	VALOR AÑO	VALOR MES	VALOR SEMANA	VALOR DIA
Costos fijos “ ver cuadro 87”	72.294.692	6.024.558	1.506.139	273.844
Costos variables “ver cuadro 96”	80.536.657	6.711.388	1.677.847	305.063
Costo total	152.831.348	12.735.946	3.183.986	578.907

Fuente: Autor del proyecto

5.2.4 Precio de venta

Cuadro 90. Precio unitario de cada menú

MENÚ	PARTICIPACION MATERIA PRIMA CADA MENÚ	COSTO CADA MENÚ A LA SEMANA DE 5.5 DIAS	NUMERO DE PLATOS A LA SEMANA	COSTO DE CADA PLATO	VALOR PRECIO VENTA
carne en bistec	18,28%	582.094	80	\$ 7.276	\$ 8.000
Pernil de pollo en finas hierbas	16,29%	518.521	80	\$ 6.482	\$ 7.000
Pechuga Grille	17,69%	563.221	90	\$ 6.258	\$ 7.000
Goulash (carne picada con verduras)	17,60%	560.241	80	\$ 7.003	\$ 8.000
Róbalo a la plancha	30,15%	959.909	110	\$ 8.726	\$ 9.000
	100,00%	3.183.986			

El costo de materia prima varía constantemente y de acuerdo al clima por tal motivo varía la utilidad, el promedio estimado de costo por cada plato es de \$7.100, el promedio de venta de \$7.900 y el promedio de utilidad es del 10%, realizando el estudio de costo de materia prima con los valores más altos. Algunos platos tienen mayor costo en materia prima, se espera que al momento de comprar los productos llevando el efectivo y dándose a conocer como empresa a los diferentes proveedores en especial en la plaza de mercado, los costos disminuyen y la utilidad aumenta.

5.3 PRESUPUESTO DE EGRESOS E INGRESOS

El presupuesto de ingresos y egresos se ha calculado para los primeros 5 años de la empresa proyectados para el restaurante, obtener ingresos por las ventas para cubrir los costos y los gastos que a diario se dan en la actividad de la empresa.

5.3.1 Egresos. Lo conforman los costos de producción o del servicio, gastos de administración y ventas, y los gastos financieros proyectados a 5 años, se proyecta según el crecimiento gradual de la capacidad de producción 5% considerado como horizonte de evaluación, según se muestra en los siguientes cuadros:

Cuadro 91. Egresos

Flujo De Caja	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015
Costos de producción	61.542.720	64.619.856	67.850.849	71.243.391	74.805.561
Mano de obra	20.316.460	20.316.460	20.316.460	20.316.460	20.316.460
Costos indirectos de fabricación	26.541.416	27.690.487	28.897.011	30.163.862	31.494.055
Gastos de administración	38.783.216	38.783.216	38.783.216	38.783.216	38.783.216
Gastos financieros	13.839.698	13.839.698	13.839.698	0	0
Impuestos 33%		4.372.055	6.339.479	8.517.182	10.477.972
Reserva legal	887.660	1.287.106	1.729.246	2.127.346	2.443.623
Total Egresos de efectivo	161.911.170	170.908.878	177.755.959	171.151.456	178.320.887

Fuente: Autor del proyecto

5.3.2 Ingresos. Los ingresos de las ventas de almuerzos saludables de cada menú al año y proyectados para la empresa en los próximos 5 años teniendo en cuenta las unidades a vender y por cada menú.

Cuadro 92. Ingresos proyectados

Descripción	Cant /mes	Precio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Menú 1. carne en bistec	320	8000	30.720.000	32.256.000	33.868.800	35.562.240	37.340.352
Menú 2. Pernil de pollo en finas hierbas	320	7000	26.880.000	28.224.000	29.635.200	31.116.960	32.672.808
Menú 3. Pechuga Grille	360	7000	30.240.000	31.752.000	33.339.600	35.006.580	36.756.909
Menú 4. Goulash (carne picada con verduras)	320	8000	30.720.000	32.256.000	33.868.800	35.562.240	37.340.352

Menú 5. Róbalo a la plancha	440	9000	47.520.000	49.896.000	52.390.800	55.010.340	57.760.857
Total	1760		166.080.000	174.384.000	183.103.200	192.258.360	201.871.278

5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es una herramienta básica con la cual se puede determinar el número de unidades mínimo a vender para que el restaurante cubra sus costos y gastos. Para calcular el punto de equilibrio se utiliza la siguiente fórmula:

$$Q.P.E. = \frac{CF}{P.V. - C.V.U}$$

Cuadro 93. Punto de equilibrio en unidades

	APLICACIÓN	COSTO FIJO/ AÑO	PRECIO VENTA	COSTO VARIABLE/ AÑO	UNID. VENTASAÑO	COSTO VARIABLE UNIDAD	PUNTO DE EQUILIBRIO AL AÑO	PUNTO DE EQUILIBRIO AL MES	PUNTO DE EQUILIBRIO AL DIA
Menú 1. carne en bistec	18%	\$ 13.216.868,45	\$ 8.000,00	\$ 14.496.598,23	3.840	\$ 3.775,16	3.128	261	12
Menú 2. Pernil de pollo en finas hierbas	16%	\$ 11.773.387,93	\$ 7.000,00	\$ 12.885.865,09	3.840	\$ 3.355,69	3.231	269	12
Menú 3. Pechuga Grille	18%	\$ 12.788.335,17	\$ 7.000,00	\$ 14.496.598,23	4.320	\$ 3.355,69	3.509	292	13
Menú 4. Goulash (carne picada con verduras)	18%	\$ 12.720.672,02	\$ 8.000,00	\$ 14.496.598,23	3.840	\$ 3.775,16	3.011	251	11
Menú 5. Róbalo a la plancha	30%	\$ 21.795.428,03	\$ 9.000,00	\$ 24.160.997,05	5.280	\$ 4.575,95	4.927	411	19
Total	100%	\$ 72.294.691,60		\$ 80.536.656,83	21.120	\$ 3.813,29	17.806	1.484	67

Fuente: Autor del proyecto

Cuadro 94. Punto de equilibrio en ingresos

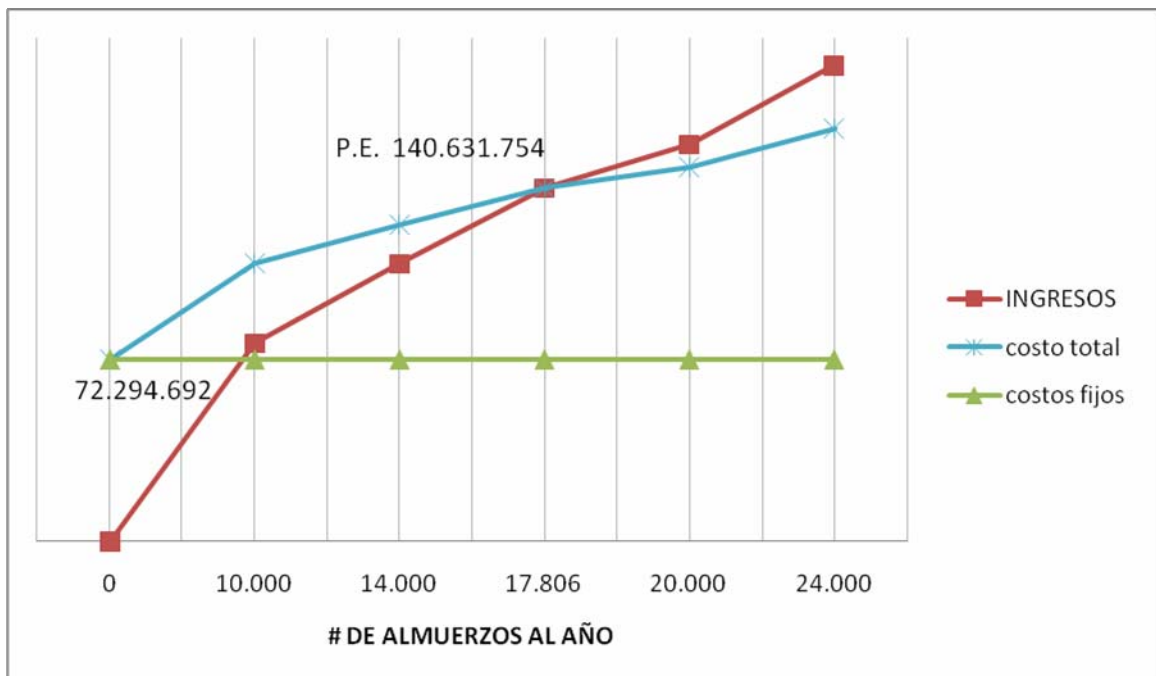
	Precio Venta	Punto De Equilibrio/ Unidades al año	Ingresos /Punto De Equilibrio al año	Total Costo Variable/P.E al año	Ingresos /Punto De Equilibrio al mes	Ingresos /Punto De Equilibrio diario
Menú 1. carne en bistec	\$ 8.000,00	3.128	\$ 25.026.946	\$ 11.810.077	\$ 2.085.579	\$ 94.799
Menú 2. Pernil de pollo en finas hierbas	\$ 7.000,00	3.231	\$ 22.614.379	\$ 10.840.991	\$ 1.884.532	\$ 85.661

Menú 3. Pechuga Grille	\$ 7.000,00	3.509	\$ 24.563.894	\$ 11.775.559	\$ 2.046.991	\$ 93.045
Menú 4. Goulash (carne picada con verduras)	\$ 8.000,00	3.011	\$ 24.087.368	\$ 11.366.696	\$ 2.007.281	\$ 91.240
Menú 5. Róbalo a la plancha	\$ 9.000,00	4.927	\$ 44.339.167	\$ 22.543.739	\$ 3.694.931	\$ 167.951
Total		17.806	\$ 140.631.754	\$ 68.337.062	\$ 11.719.313	\$ 532.696

Fuente: Autor del proyecto

En los cuadros anteriores se observan los datos para el punto de equilibrio del restaurante, las ventas generales y aplicada a cada menús, estas cifras indican por un lado, que durante el primer año de funcionamiento el restaurante de vender como mínimo 17.806 platos de alimentos saludables es decir no puede vender menos de 67 almuerzos diarios, con unos ingresos mínimos al año de \$140.631.754 que diaria mente seria ingresos mínimos de \$532.696.

Gráfica 39. Punto de equilibrio



Fuente: Autor del proyecto

5.5 ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADO

5.5.1 Estado de ganancias y pérdidas. Refleja el estado dinámico obtenido a partir del desarrollo de la actividad de la empresa en un plazo determinado, reflejando los ingresos, costo, gastos y pérdidas y beneficios obtenidos durante un periodo por la empresa.

Cuadro 95. Estado de ganancias y pérdidas

Detalle	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015
Ventas	\$ 166.080.000	\$ 174.384.000	\$ 183.103.200	\$ 192.258.360	\$ 201.871.278
Menos costo de ventas	\$ 108.179.596	\$ 112.405.802	\$ 116.843.320	\$ 121.502.713	\$ 126.395.075
Utilidad bruta	\$ 57.900.404	\$ 61.978.198	\$ 66.259.880	\$ 70.755.647	\$ 75.476.203
Gastos de administración	\$ 39.004.216	\$ 39.004.216	\$ 39.004.216	\$ 39.004.216	\$ 39.004.216
Utilidad de operación.	\$ 18.896.188	\$ 22.973.982	\$ 27.255.664	\$ 31.751.431	\$ 36.471.987
Gastos financieros	\$ 5.647.537	\$ 3.763.440	\$ 1.446.023		
Utilidad antes de impuesto	\$ 13.248.652	\$ 19.210.542	\$ 25.809.641	\$ 31.751.431	\$ 36.471.987
Impuesto sobre la renta (33%)	\$ 4.372.055	\$ 6.339.479	\$ 8.517.182	\$ 10.477.972	\$ 12.035.756
Utilidad neta	\$ 8.876.597	\$ 12.871.063	\$ 17.292.460	\$ 21.273.459	\$ 24.436.231
Reserva legal 10%	\$ 887.660	\$ 1.287.106	\$ 1.729.246	\$ 2.127.346	\$ 2.443.623
Utilidad por distribuir	\$ 7.988.937	\$ 11.583.957	\$ 15.563.214	\$ 19.146.113	\$ 21.992.608

Fuente: Autor del proyecto

5.5.2 Flujo de caja proyectada. Es la herramienta que presenta las entradas y salidas de efectivo en un período de tiempo determinado, sirve como referencia para la elaboración del balance general proyectado y es utilizado para el cálculo de las variables de evaluación financiera como el VPN y TIR.

Cuadro 96. Flujo de caja proyectado

Flujo de caja	Año 0	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015
Préstamo	\$30.662.095					
Aporte Socios	\$30.652.639					
Ingresos		\$166.080.000	\$174.384.000	\$183.103.200	\$192.258.360	\$201.871.278
Total Ingresos	\$61.314.734	\$166.080.000	\$174.384.000	\$183.103.200	\$192.258.360	\$201.871.278
Salidas De Efectivo						
Inversión Fija	\$34.495.000					
Inversión Diferida	\$15.340.000					
Costos De Producción		\$61.542.720	\$64.619.856	\$67.850.849	\$71.243.391	\$74.805.561
Mano De Obra		\$20.316.460	\$20.316.460	\$20.316.460	\$20.316.460	\$20.316.460
Costos Indirectos De Fabricación		\$26.541.416	\$27.690.487	\$28.897.011	\$30.163.862	\$31.494.055
Gastos De Administración		\$38.783.216	\$38.783.216	\$38.783.216	\$38.783.216	\$38.783.216
Gastos Financieros		\$13.839.698	\$13.839.698	\$13.839.698	0	0
Impuestos 33%			\$4.372.055	\$6.339.479	\$8.517.182	\$10.477.972
Reserva Legal		\$887.660	\$1.287.106	\$1.729.246	\$2.127.346	\$2.443.623
Total Salida De Efectivo	\$49.835.000	\$161.911.170	\$170.908.878	\$177.755.959	\$171.151.456	\$178.320.887
Saldo En Caja Entradas Y Salidas	\$11.479.734	\$4.168.830	\$3.475.122	\$5.347.241	\$21.106.904	\$23.550.391
Mas Depreciación		\$6.899.000	\$6.899.000	\$6.899.000	\$6.899.000	\$6.899.000
Mas Amortización		\$3.068.000	\$3.068.000	\$3.068.000	\$3.068.000	\$3.068.000
Mas Reserva Legal		\$887.660	\$1.287.106	\$1.729.246	\$2.127.346	\$2.443.623
Mes Pago A Principal						
Total Saldo Neto	\$11.479.734	\$15.023.490	\$14.729.228	\$17.043.487	\$33.201.250	\$35.961.014
Inversión Residual De Activos (Valor Salvamento)						9.197.210
Total Flujo Neto		15.023.490	14.729.228	17.043.487	33.201.250	45.158.225

Fuente: Autor del proyecto

5.5.3 Balance general proyectado

Cuadro 97. Balance general proyectado

Balance General Proyectado A 5 Años						
Activos	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Corriente						
Caja Y Bancos	\$ 11.479.734	\$ 26.503.224	\$ 41.232.452	\$ 58.275.940	\$ 91.477.190	\$ 127.438.204
Total Activo Corriente	\$ 11.479.734	\$ 26.503.224	\$ 41.232.452	\$ 58.275.940	\$ 91.477.190	\$ 127.438.204
Activos Fijos						
Maquinaria Y Equipo	\$ 9.650.000	\$ 9.650.000	\$ 9.650.000	\$ 9.650.000	\$ 9.650.000	\$ 9.650.000
Muebles Y Enseres	\$ 7.860.000	\$ 7.860.000	\$ 7.860.000	\$ 7.860.000	\$ 7.860.000	\$ 7.860.000
Equipo De Oficina	\$ 9.940.000	\$ 9.940.000	\$ 9.940.000	\$ 9.940.000	\$ 9.940.000	\$ 9.940.000
Herramientas Y Suministros	\$ 7.045.000	\$ 7.045.000	\$ 7.045.000	\$ 7.045.000	\$ 7.045.000	\$ 7.045.000
Total Activo Fijo	\$ 34.495.000	\$ 34.495.000	\$ 34.495.000	\$ 34.495.000	\$ 34.495.000	\$ 34.495.000
Depreciación Acumulada	\$ 0	\$ 6.899.000	\$ 13.798.000	\$ 20.697.000	\$ 27.596.000	\$ 34.495.000
Total Activo Fijo Neto	\$ 34.495.000	\$ 27.596.000	\$ 20.697.000	\$ 13.798.000	\$ 6.899.000	\$ 0
Activo Diferido	\$ 15.340.000	\$ 15.340.000	\$ 15.340.000	\$ 15.340.000	\$ 15.340.000	\$ 15.340.000
Amortización De Diferidos	\$ 0	\$ 3.068.000	\$ 6.136.000	\$ 9.204.000	\$ 12.272.000	\$ 15.340.000
Total Activo Diferido	\$ 15.340.000	\$ 12.272.000	\$ 9.204.000	\$ 6.136.000	\$ 3.068.000	\$ 0
Total Activos	\$ 61.314.734	\$ 66.371.224	\$ 71.133.452	\$ 78.209.940	\$ 101.444.190	\$ 127.438.204
Pasivos						
Impuestos Por Pagar		\$ 4.372.055	\$ 6.339.479	\$ 8.517.182	\$ 10.477.972	\$ 12.035.756
Obligación A Corto Plazo						
Obligaciones Financieras	\$ 30.662.095	\$ 22.469.934	\$ 12.393.675	\$ 0		
Total Pasivo	\$ 30.662.095	\$ 26.841.989	\$ 18.733.154	\$ 8.517.182	\$ 10.477.972	\$ 12.035.756
Patrimonio						
Capital	\$ 30.652.639	\$ 30.652.639	\$ 30.652.639	\$ 30.652.639	\$ 30.652.639	\$ 30.652.639
Reserva Legal		\$ 887.660	\$ 2.174.766	\$ 3.904.012	\$ 6.031.358	\$ 8.474.981
Utilidad Del Ejercicio	\$ 0	\$ 7.988.937	\$ 19.572.894	\$ 35.136.107	\$ 54.282.220	\$ 76.274.829
Total Patrimonio	\$ 30.652.639	\$ 39.529.235	\$ 52.400.298	\$ 69.692.758	\$ 90.966.217	\$ 115.402.448
Total Pasivo Más Patrimonio	\$ 61.314.734	\$ 66.371.224	\$ 71.133.452	\$ 78.209.940	\$ 101.444.190	\$ 127.438.204
Diferencia	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0

Fuente: Autor del proyecto

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1 IMPACTO SOCIAL

-El desarrollo y crecimiento de la ciudad de Bucaramanga en el comercio, la industria, educación y salud ha hecho que en la actualidad el ritmo de vida se más acelerado, las personas tienen más ocupaciones, lo cual ha cambiado la antigua costumbre de tomar los alimentos en sus hogares, particularmente en horas de mediodía. El estudio de mercados corrobora la necesidad de los encuestados de satisfacer necesidades en la alimentación relacionadas con la calidad del servicio, la variedad de los menús, la presentación, el precio y la seguridad de saber que están recibiendo alimentos que ayudan a conservar la salud.

-El proyecto para la creación de un restaurante de almuerzos saludables en la ciudad de Bucaramanga a ubicar en el Barrio de Cabecera presenta un gran impacto social y económico por su ubicación, la calidad en el servicio al cliente, brindado por personal especializado y con experiencia en este tipo de establecimientos.

-Se ajusta al estilo de vida de las personas, mejorando su calidad en cuanto a alimentación sana, balanceada y dentro de un ambiente agradable, cómodo y acogedor.

-Desde el punto de vista empresarial contribuye al mejoramiento social, generando empleo y contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de sus socios y del talento humano que conforma la fuerza laboral de la empresa. Igualmente contribuye al crecimiento económico de la ciudad con el desarrollo de su objeto social de acuerdo con lo estipulado en el registro mercantil.

6.2 IMPACTO AMBIENTAL

-El propósito de la evaluación ambiental es asegurar a los planificadores del proyecto que las opciones de desarrollo en materia de medio ambiente sean adecuadas y sustentables y que toda recomendación sea detectada, reconocida y puesta en marcha en el diseño del proyecto. La evaluación ambiental identifica maneras de mejorar ambientalmente los proyectos y minimizar, atenuar, o compensar los impactos adversos. Alertan pronto a los diseñadores del proyecto, las agencias ejecutoras, y su personal, sobre la existencia de problemas, por lo que las evaluaciones ambientales:

-Posibilitan tratar los problemas ambientales de manera oportuna y práctica; Reducen la necesidad de imponer limitaciones al proyecto, porque se puede tomar los pasos apropiados con anticipación o incorporarlos dentro del diseño del proyecto; y, Ayudan a evitar costos y demoras en la implementación producidos por problemas ambientales no anticipados.

-Las evaluaciones ambientales también proporcionan un mecanismo formal para la coordinación interinstitucional, y para tratar las preocupaciones de los grupos afectados y organizaciones no gubernamentales locales. Además, pueden desempeñar un papel central en el fortalecimiento de la capacidad ambiental del país.

-Son varios los aspectos que ocasionan un impacto ambiental en la transformación de los alimentos en menús sanos y balanceados para la adecuada nutrición de las personas. Es importante destacar que el mal uso de los recursos en la industria de alimentos provoca una contaminación cruzada que afecta la salud de las personas por lo que es vital crear una cultura de trabajo honesto, consciente, higiénico pulcro en la manipulación, preparación de los alimentos y el servicio de los

mismos. Igualmente el proceso de limpieza de utensilios, batería de cocina, áreas de trabajo y manejo de desechos.

-También se implementará en el personal un constante adiestramiento respecto a las BPM Buenas Prácticas de Manufactura para cada acción que se realice a fin de optimizar los procesos en procura de la calidad de los alimentos, la protección de las personas y la conservación del medio ambiente. Este proyecto se acoge a las condiciones sanitarias generales en cuanto a que:

-Se localizará en sitio seco, no inundable y en terreno de fácil drenaje.

-Los alrededores se conservarán en perfecto estado de aseo, libres de acumulación de basuras, formación de charcos o estancamiento de agua.

-Estará diseñado y construido para evitar la presencia de insectos y roedores.

-Dispondrá de suficientes abastecimiento de agua potable.

-Contará con servicios sanitarios para el personal que labora y que es atendido en el establecimiento, debidamente dotados y separados del área de preparación de los alimentos.

-Tendrá sistemas sanitarios adecuados, para la disposición de aguas servidas y excretas.

6.2.1 Los alimentos. Son sustancias o mezclas destinadas al consumo humano que permite a los seres vivos crecer, mantenerse y reproducirse. Es de vital importancia reconocer que dichos alimentos por su estado natural y la manipulación están expuestos a la alterabilidad y contaminación. Los alimentos se

clasifican en: perecederos, semiperecederos y no perecederos. Existen algunos agentes nocivos que ocasionan deterioro en los alimentos como: microorganismos, bacterias, y virus. Para evitar cualquier contaminación o daño por intoxicación en las personas que consumen los alimentos se tendrá especial cuidado en el proceso de elaboración de los menús desde el momento en que se adquiera la materia prima hasta la eliminación de los desechos y residuos.

6.2.2 El agua. La disponibilidad de este preciado líquido en la zona de influencia del restaurante es del 100 %, procedente del Acueducto Metropolitano de la ciudad de Bucaramanga, suministrado a través de la instalación de tuberías para aguas negras, grises y blancas y un óptimo servicio de alcantarillado.

6.2.3 El aire. La transformación de los alimentos conduce a una contaminación del aire debido a: La combustión producida por la cocción, freído y asado de alimentos que aunque realizados en artefactos mediante el suministro del gas natural, producen contaminación al aire que se respira. Con el fin de no saturar el aire en zonas de producción, se hace necesaria la instalación de ductos que conduzcan el aire hacia la atmósfera. En la cocina estarán instaladas unas campanas extractoras sobre cada estufa que también tienen unas láminas que hacen las veces de “trampas de grasa”, allí se condensa el vapor que emana de las estufas, hornos y parrillas y es retirado de manera manual al asearlas. También será instalada una chimenea de evacuación de estos vapores para que expelle hacia el exterior el vapor húmedo en forma de humo, al finalizar los conductos de evacuación tienen unos motores succionadores que generan mucho ruido por esta razón contarán con unos dispositivos que aíslan o minimizan el ruido hasta los decibeles permitidos por la ley.

6.2.4 El suelo. El uso del suelo del restaurante en su área de influencia, comprende el uso de un predio privado, estrato 4, en zona urbana de la ciudad, con acceso a un área peatonal que conduce a la entrada del establecimiento,

denominada andén y el uso de las vías de acceso para llegar a él. Todo ello dentro del cumplimiento de lo estipulado para este tipo de negocio, según el art. 34 y 35 del Plan de Ordenamiento Territorial (POT) de la ciudad de Bucaramanga. Vinagreta restaurante estará ubicado en un predio de la comuna 13 Oriental.

6.2.5 Manejo de residuos. Como se trata de un restaurante que diariamente preparará alimentos para ser servidos a la mesa, no habrá reutilización de residuos, ni conversión en subproductos por cuanto la materia prima a utilizar será estrictamente la que se utilice diariamente y no podrá acumularse o guardarse o conservarse ningún alimento preparado para reutilizar. En el caso de que queden algunos alimentos procesados serán regalados a personas cuya necesidad lo amerite.

6.2.6 Ruido. Como el ruido también constituye una fuente de contaminación, es importante considerarlo en lo que respecta a la protección y conservación del medio ambiente en relación con la producción. Las actividades que se desarrollarán en el restaurante tanto en el área de producción como de servicio no producirán ruidos que perturben la tranquilidad de trabajadores y clientes. No obstante se tomarán medidas para evitar cualquier molestia así: Permitir que el área de producción esté herméticamente cerrada para aislar los ruidos generados en ella y que no pasen al área de servicio. Adquirir los conductos de evacuación o campanas extractoras con motores succionadores que contarán con unos dispositivos que aíslan o minimizan el ruido hasta los decibeles permitidos por la ley.

Culturizar al personal de producción y servicio para que eviten la generación de ruidos perturbadores en el desempeño de sus labores, obviamente habrán actividades que llevan inherente la generación de ruidos no perturbadores, lo cual será normal y fácilmente adaptable. De acuerdo con la ubicación del restaurante, el ruido del entorno no será perturbador, no obstante se mantendrá un buen nivel

de música agradable que distraiga a los clientes y por un momento descansen del ruido del entorno natural de una zona comercial.

6.2.7 Servicio de energía. Si el local a utilizar tiene varios años de uso, se hará una minuciosa revisión de las acometidas eléctricas y de su medidor, cuyo mantenimiento se hará con regularidad. Las luminarias para el área de servicio y de producción serán ahorradores mediante tubos electrónicos que generan un menor consumo en donde los balastos no son de asfalto, ubicados estratégicamente. En conclusión la investigación y desarrollo realizado en lo que respecta al impacto ambiental, ha sido el despertar hacia un enfoque más profundo para que el restaurante sea una institución consciente de su responsabilidad con la sociedad y el medio ambiente, en el desarrollo de su objeto social para satisfacción de clientes y empleados.

6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

6.3.1 Valor presente neto. La determinación del Valor Presente Neto de la inversión (VPN), sin que implique dificultad su cálculo, se realiza mediante el descuento o actualización de todos los ingresos y egresos (flujo), con una tasa (17.7%).

	COSTO DE CAPITAL	TASAS	TASAS DEFINITIVAS	COSTO CAPITAL
PASIVOS	50,01%	23,0%*	15,4%*	7,7%*
PATRIMONIO	49,99%	20,0%	20,0%	10,0%*
			TASA OPORTUNIDAD*	17,7%

*Tasas de los pasivos = Mensual Nominal 1.74% = $((1+0,0174)^{12}-1)= 23\%$

*tasa definitiva pasivo= $23\% \times (1-0,33)= 15.4\%$

*costo capital pasivo= $15.4\% \times 50.01\% = 7.7\%$

*Costo capital patrimonio = $20\% \times 49.9\% = 10\%$

La tasa de oportunidad se calcula en el costo de capital teniendo en cuenta la rentabilidad de de financiación y la rentabilidad de los socios y la tasa de financiación del banco.

En cuanto a su resultado, si en la comparación que se hace, ese valor es mayor que cero, el proyecto en principio se considera aceptable, de lo contrario debe rechazarse. Aunque cuando el VPN es igual a Cero significa que el proyecto no arroja ni perdidas ni ganancias.

Para que la decisión sea adecuada, el VPN debe ser cuando menos igual al resultado de los flujos netos descontados y obtenidos con la aplicación de la tasa de oportunidad, que para este proyecto fue del 17.7%

Después de llevar todos los valores al año cero, dio como resultado \$ 9.806596 este valor es mayor a cero, y muy representativo.

Cuadro 98. Valor Presente Neto

Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Flujo neto "ver cuadro 96"	-61.314.734	15.023.490	14.729.228	17.043.487	33.201.250	45.158.225
VPN	9.806.596	mayor que cero viable				

6.3.2 Tasa Interna De Retorno (TIR). la tasa interna de retorno es otro método para hacer mediciones del valor del dinero en el tiempo, y determina la tasa de rendimiento cuando el VPN es igual a cero.

Es la suma de los flujos netos descontados de cada periodo, desde el origen, considerándose desde el año o periodo 0 (cero o inicial), hasta el año o periodo n (último "5")

Para el presente proyecto, la Tasa Interna de Retorno es igual al 23.21%, la cual está por encima de de la tasa de oportunidad 17.7% Indicándonos que el proyecto es rentable

Cuadro 99. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
Flujo neto "ver cuadro 106"	-61.314.734	15.023.490	14.729.228	17.043.487	33.201.250	45.158.225	
TIR	23.21%	mayor que 17.7 % es viable					

Fuente: Autor del anteproyecto

-**Periodo de recuperación:** según el resultado de la inversión inicial que es de \$61.314.734.

Cuadro. 100. Periodo de recuperación

AÑO	VALOR PRESENTE	TASA	VALOR FUTURO
0	(61.314.734)	1,00	(61.314.734)
1	9.806.596	1,18	11.542.363
2	11.542.363	1,39	15.989.970
3	15.989.970	1,63	26.072.162
4	26.072.162	1,92	50.036.036
5	50.036.036	2,26	113.022.579

Los resultados del cuadro 110, muestran que a los cuatro años dos meses y 5 días se recuperaría la inversión inicial.

6.3.3 Análisis de las razones financieras. Liquidez: Analizando los resultados obtenidos en los indicadores, se puede observa un buen nivel de liquidez de la empresa, manteniendo una proporción entre lo que se tiene invertido y las obligaciones contraídas para el funcionamiento de la empresa.

-Razón corriente

RC= $\text{ACTIVOS CORRIENTE} / \text{PASIVOS CORRIENTES}$

$$RC = \$26.503.734 / \$30.662.095 = 0.86$$

Esto quiere decir que por cada peso que la empresa tiene, cuenta con 0.86 pesos para cubrir la deuda.

- Capital de trabajo

$$RCT = AC - PC$$

$$RCT = \$26.503.734 - \$30.662.095 = -4.158.361$$

-Endeudamiento

Endeudamiento = pasivo total / activo total

$$\$30.662.095 / \$61.314.734 = 0.50 * 100 = 50\%$$

Esto indica que por cada peso que tiene la empresa tiene invertidos en activos \$0.40, es decir un 50% pertenece a los acreedores y un 50% a los dueños.

-Rentabilidad

Permite conocer la efectividad de la administración empresarial sobre el control de los costos y los gastos y las utilidades

✓ Margen bruto de ganancias

$$MBG = UTILIDAD BRUTA / VENTAS NETAS * 100 = \%$$

$$MBG = \$57.900.404 / \$166.080.000 = 0.3486 * 100 = 34.86\%$$

Esto Quiere Decir Que Por Cada Peso Vendido La Empresa Genero En Ganancias 0.34 Pesos.

✓ Rentabilidad de patrimonio

$$RP = UTILIDAD POR DISTRIBUIR / TOTAL PATRIMONIO$$

$$RP = \$7988.937 / \$39.529.235 = 20.21\%$$

CONCLUSIONES

- En la actualidad la prestación de servicio de almuerzos tiene aceptación en los empleados y comerciantes de la zona de Cabecera en la ciudad de Bucaramanga, ya que por sus múltiples ocupaciones, se ven precisados a tomar los alimentos de mediodía, en restaurantes de la ciudad, cerca de su lugar de trabajo, exigiendo cada vez más calidad tanto en el producto como en el servicio, pero en especial la necesidad de alimentarse bien con almuerzos nutricionales, balanceados, con calidad y variedad de menús.
- Con base en la información recolectada en el estudio de mercados, se prevé que el proyecto en mención tendría un buen nivel de demanda, según el cálculo de la información suministrada por las personas que trabajan en la zona de Cabecera (2498 personas), El 87% estarían dispuestos a visitar un sitio nuevo y el 97% de estas personas están interesados en alimentación saludable.
- La demanda insatisfecha anual fue de 206.078 almuerzos saludables lo que se considera una cifra significativa y que por lo tanto corrobora la factibilidad desde el punto de vista de mercados para este nuevo restaurante. Dicha demanda se generaría gracias a variables como el bajo nivel de competencia directa en el mercado y el interés de la población por alimentarse saludablemente.
- La capacidad utilizada para el primer año será de 21.120 almuerzos y una proyección utilizada de crecimiento del 5% anual, en el año 5 será de 25.671

almuerzos. La participación de este proyecto en el mercado será del 10.25% de la demanda insatisfecha.

- El personal que laborara en el restaurante será el administrador/cajero, el jefe de cocina, un auxiliar de cocina ½ tiempo, dos meseros ½ tiempo e indirectos están el contador y el nutricionista.
- Financieramente el proyecto muestra alternativas de inversión viables, donde puede observarse que con una inversión de \$61.314.734 se obtienen resultados financieros importantes como el VPN positivo (9.806.596) y una excelente TIR (23,21%). La rentabilidad neta representada por el 20,21% es muy buena y se proyecta como un modo de generar independencia económica, teniendo que estudiar estrategias que permitan mantener los costos fijos, cautivando cada vez una mayor demanda para que la empresa pueda cumplir con sus obligaciones a corto y largo plazo, reinvertir las utilidades, crecer y posicionarse en el mercado.
- Gestionar la propia empresa es uno de los objetivos de optar el título de profesional en gestión empresarial y este proyecto es factible técnica y financieramente.

RECOMENDACIONES

- Se debe tener en cuenta que al buscar los programas de publicidad, se deben conocer y aclarar los objetivos, requerimientos y resultados de la misma ya que implica un alto costo, el reconocimiento y posicionamiento del restaurante depende del impacto que se logre alcanzar en el mercado potencial.
- Mantener un excelente producto en todo momento y tener presente, que es el cliente, el factor más importante para que el restaurante surja y permanezca en el mercado.
- No repartir utilidades durante los primeros años de vida útil del proyecto con el fin de que pueda contar con un mayor volumen de recursos financieros de esta forma ampliar su cobertura e invertir en nuevos menús que permitan brindar un almuerzo siempre saludable y de calidad.
- Unirse a la iniciativa de certificación del Comité Nutricional de Seguridad Alimentaria que existe en Bucaramanga de restaurantes saludables transformando constantemente las cartas de alimentos con nuevas dietas nutritivas y balanceadas.
- Buscar siempre fortalecer los hábitos alimentarios y nutricionales de la población, a través de la oferta de los almuerzos, y de esta manera contribuir en la disminución de las enfermedades crónicas no trasmisibles.
- No perder el entusiasmo por emprender caminos nuevos y tomar decisiones que permitan desarrollar las capacidades que se tienen para lograr los sueños que se deben capitalizar y volver realidad

BIBLIOGRAFÍA

CHAIN S., Nassir. CHAIN S., Reinaldo. Preparación y Evaluación de Proyectos. Santafé de Bogotá. Editorial McGraw Hill, 1997.

JANY, José Nicolás. Investigación de Mercados. Santafé de Bogotá. Editorial McGraw Hill, 2000.

FINNERTY, John D. Financiamiento de Proyectos. Estado de México. Prentice Hall Hispanoamericana S.A., 1998.

MALHORA, Nareshk. Investigación de Mercados un Enfoque Práctico. México. Editorial Prentice Hall, 1999.

MENDEZ, Carlos. Metodología. Santafé de Bogotá. Editorial McGraw Hill Interamericana S.A., 2001.

MIRANDA M., Juan José. Gestión de Proyectos. Santafé de Bogotá. MB Editores, 2001.

NORMA TECNICA COLOMBIANA NTC 1486 (sexta actualización)

ANEXO A. ENCUESTA A POBLACIÓN DE BUCARAMANGA MAYOR DE 15 AÑOS

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSED – GESTIÓN EMPRESARIAL

OBJETIVO: Conocer las características y el comportamiento de la población en cuanto al consumo de almuerzo.

1. ¿Es usted un usuario frecuente de restaurante?

SI _____ NO _____

2. ¿Cuál restaurante visita actualmente con mayor frecuencia?

Varios Restaurantes _____ El Limonal _____ Comida China _____

El Tonny _____ El Chiflas _____ El Kakareo _____ Harrys _____

Pesquera del Mar _____ La Parrila de Julián _____ Mercagan _____

La Cocina de la Abuela _____ Ricuras Paisas _____ Otros _____ ¿Cuál? _____

3. ¿Con qué frecuencia visita este restaurante?

a. 1 vez a la semana _____ b. 3 veces a la semana _____

c. 5 veces a la semana _____ d. Otra ¿cuál? 2 veces al mes _____

4. ¿Qué tipo de almuerzo consume normalmente?

a. corrientes o ejecutivos _____ b. Platos a la carta _____ c. Buffet _____ d. Otro _____

5. ¿Cuánto le cuesta un almuerzo?

a. 4.500 - 7.500 _____ b. 7.501 – 12.000 _____ c. Otro _____ ¿cuál? _____

6. ¿Desde hace cuánto tiempo asiste al restaurante que visita con mayor frecuencia?

- a. 0 a 6 meses_____ b. >6 meses y hasta un año_____
- c. Otro_____ ¿cuál? _____

7. Escoja la principal razón por la que visita este restaurante

- a. Cerca de la oficina_____ b. Rico y económico_____ c. Dan crédito_____
- d. Otro_____ cual_____

8 ¿En qué horario normalmente almuerza?

- a. 12:00 a 12:30 A.m._____ b.12:30 A 1:00 P.m._____
- c.> 1 P.M. a 1:30 P.m._____ d.>1:30 P.M. A 2:00 P.m._____

9. ¿Normalmente con cuántas personas asiste al restaurante?

- a. Solo___ b. Con 1 acompañante___ c. Con 2 acompañantes d. Otro___
- ¿cuál?_____

10. ¿Por qué medio de comunicación se enteró del restaurante al que asiste?

- a. Referido_____ b. Radio_____ c. Volante_____ d. Otro:_____ ¿cuál? _____

11. ¿Cuál es su plato preferido cuando visita este restaurante?

- a. Bandeja Paisa_____ b. Comida Italiana (espaguetis, lasaña, pizza)_____
- c. Pollo_____ d. Pescado_____ e. Carne_____ f. Comida china_____
- g. Otro:_____ cuál_____

12 ¿Consume ensaladas de verduras con el almuerzo?

SI_____ NO_____

13. ¿Qué prefiere tomar ó comer después del almuerzo?

- a. Postre_____ b. Tinto_____

c. Aromática_____ d.Otro_____ ¿cuál?_____

14. ¿Cuál de las siguientes proteínas consume con más frecuencia a la hora del almuerzo?

a. Pollo_____ b. Carne _____c. Pescado_____ d. Otro_____ ¿cuál?_____

15. ¿Cómo califica el servicio de su actual restaurante?

a. Excelente____ b. Bueno____ c. Aceptable____ d. Regular__ e. Malo_____

16. ¿Ha tenido algún inconveniente con su actual restaurante?

SI_____ NO_____

17. ¿Cuál de los siguientes inconvenientes ha tenido?

a. Demora en la atención____ b. Poca variedad en el menú_____

c. Alimentos poco saludables____ d. Otra:____ ¿cuál?_____

18. ¿Cree que su actual almuerzo es saludable?

SI_____ NO_____

19. ¿Le interesaría comer saludablemente?

SI_____ NO_____

20. Estaría dispuesto a visitar un restaurante donde encuentre una variedad de platos que garanticen una alimentación sana y que adicionalmente encuentre asesoría nutricional?

SI_____ NO_____

21. ¿Cuántos días visitaría el nuevo restaurante de comida saludable?

a. 1 vez a la semana_____ b. Entre 2 y 3 veces a la semana_____

c. 5 veces a la semana_____ d. Otro_____ ¿cuál?_____

22. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que ofreciera el nuevo restaurante?

a. Domicilios_____ b. Reservas_____ c. Otro_____ ¿cuál?_____

23 ¿En qué sitio le gustaría que estuviera ubicado el nuevo restaurante?

a. Carrera 36 entre calles 48 a 52_____ b. Carrera 34 entre calles 52 a 56_____

c. Otra_____ ¿cual?_____