

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DEL RESTAURANTE CASINO EN
LA ZONA INDUSTRIAL DE CHIMITA EN EL MUNICIPIO DE GIRON**

AMPARO RINCON CUBILLOS

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE EDUCACION A DISTANCIA INSED**

GESTION EMPRESARIAL

Bucaramanga.

2004

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DEL RESTAURANTE CASINO EN
LA ZONA INDUSTRIAL DE CHIMITA EN EL MUNICIPIO DE GIRON**

AMPARO RINCON CUBILLOS

**Proyecto de grado para optar el título de
Profesional en Gestión Empresarial**

Directora

MARIA RUTH RANGEL

Ingeniera Industrial

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE EDUCACION A DISTANCIA INSED
GESTION EMPRESARIAL**

Bucaramanga.

2004

DEDICATORIA

Los estudios realizados representan un gran logro y un sueño hecho realidad.

Doy gracias a Dios porque gracias a él estoy con vida.

A mi hijo Georban Andrés por entender que cada peldaño que se escale, es un sacrificio para ser mejor cada día.

A mi esposo George por su colaboración y apoyo incondicional

A mi madre por su amor, ayuda y comprensión

A Lidertiendas Distribuciones por confiar en mi

A todos mis compañeros por su comprensión y colaboración en ellos siempre encontré una luz en el camino hacia el éxito.

A todos muchas gracias

AMPARO

AGRADECIMIENTOS

La autora expresa sus agradecimientos a:

MARIA RUTH RANGEL Directora, docente del Instituto de Educación a Distancia INSED de la Universidad Industrial de Santander, quien me facilitó las bases, y los conocimientos necesarios y fundamentales para el desarrollo del proyecto.

A mi institución académica UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER, por facilitarme las herramientas necesarias para desempeñarme personal laboral y profesionalmente.

A todo EL GRUPO DE DOCENTES que me colaboraron con sus conocimientos y experiencias para la realización de cada uno de los capítulos que componen este proyecto.

TITULO:

FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CASINO RESTAURANTE EN LA ZONA INDUSTRIAL DE CHIMITA EN EL MUNICIPIO DE GIRON¹

AUTORES: AMPARO RINCON CUBLLOS^{*****}

PALABRAS CLAVES

Restaurante, Nutrición, Dieta, economía, micronutrientes, proteínas, carbohidratos, almuerzos, comidas rápidas, cafetería.

DESCRIPCION

En la Zona Industrial de Chimitá del municipio de Girón se encuentran localizadas mas de 47 empresas de todos los sectores, industriales comerciales y de servicios; en la mayoría de ellas las jornadas laborales son muy extensas y sus trabajadores se ven en varias dificultades a la hora del almuerzo no solo por la ausencia de sitios que ofrezcan excelentes servicios de alimentación sino también por el escaso transporte, los olores ambientales. De ahí la importancia de realizar un estudio que determine la viabilidad de montar un restaurante que cumpla con todas las normas de calidad y nutrición en un sitio adecuado brindando bienestar y comodidad a todos los usuarios.

Para alcanzar lo anterior se realizo una encuesta a 344 trabajadores de este sector encontrándose una demanda efectiva de 534.048 almuerzos al año. En el aspecto financiero la inversión requerida para el montaje y puesta en marcha del restaurante es de \$39.630.293, arrojando un V. P.N de \$134.124.184 y la TIR de 134.44%.

Lo anterior demuestra que el proyecto es viable debido a que en sus primeros dos años sus resultados arrojan utilidades del 7% y el 10% respectivamente, su recuperación termina en el primer año con una ganancia bruta de \$\$22.011.560. Se reafirma la viabilidad del restaurante ya que además contribuye a la generación de empleo, al desarrollo sostenible de la calidad de vida de los trabajadores de la zona y es una oportunidad de negocio para los inversionistas.

¹ Proyecto de grado

^{*****} Instituto de Educación a distancia INSED, Programa de Gestión empresarial
Tutora MARIA RUTH RANGEL HENAO

TITLE:

FEASIBILITY STUDY BEFORE CREATING A CASINO RESTAURANT IN THE CHIMITA INDUSTRIAL AREA IN GIRON VILLAGE^{''}

AUTHOR: AMPARO RINCON CUBLLOS^{''''''}

KEY WORDS

Restaurant, Nutrition, Diet, economy, micronutrients, proteins, carbohydrates, lunch, fast food, cafetería.

DESCRIPTION

In Chimitá Industrial area in Girón Village, there are more than 47 enterprises of all sectors such as industrial, commercial and services, as well, most of these working days are very long and it is difficult for workers, not only because of the lack of places with excellent food service, but also, because of the little transportation and smelly surroundings. Hence the importance of doing a study that determine feasibility of setting up a restaurant that fulfills all of the quality and nutrition standards in a suitable place. Offering welfare and comfort to every user.

To reach that 344 workers of this sector were surveyed. An effective demand for 534.048 lunches a year was found. In regard to the financial aspect, the required investment for the establishment and setting up of the restaurant is \$39.630.293, as a result V.P.N. \$134.124.184 and a TIR of 134.44%.

The previous figures show that the project is a feasible in spite of its two first results are lost for 7% and 10% respectively. Its redemption starts from the third year on with an \$22.011.560. profit. The feasibility of the restaurant is stated, because it enhances employment of quality generation and development of quality life of area workers and a business opportunity for investors.

^{''} Thesis

^{''''''} Long distance education institute INSED, Interprice Management program
Tutor: MARIA RUTH RANGEL HENAO

CONTENIDO

INTRODUCCION

1. GENERALIDADES

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 General

2.1.2 Específicos

2.2. DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO

2.2.1 Definición, usos y especificaciones del producto

2.2.2 Productos sustitutos

2.2.3 Productos complementarios

2.2.4 Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial

2.3.2 Mercado objetivo

2.4 LA DEMANDA

2.4.1 Investigación de mercados

2.4.1.1 Planteamiento del problema

2.4.1.2 Necesidades de información

2.4.1.3 Ficha técnica

2.4.1.4 Tabulación, presentación y análisis de resultados

2.4.2 Estimación de la demanda

2.4.3 Proyección de la demanda

2.5 LA OFERTA

2.5.1 Necesidades de información

2.5.2 Ficha técnica

2.5.3 Tabulación y presentación de resultados de la oferta

2.5.4 Análisis de la situación actual de la competencia

2.5.5 Proyección de la oferta

2.6 RELACION ENTRE DEMANDA Y OFERTA

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACION

2.7.1 Estructura de los canales actuales

2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales

2.7.3 Selección de los canales de comercialización

2.8 PRECIO

2.8.1 Análisis de precios

2.8.2 Estrategias de fijación de precios

2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCION

2.9.1 Objetivos

2.9.2 Logotipo

2.9.3 Lema

2.9.4 Análisis de medios

2.9.5 Selección de medios

2.9.6 Estrategias publicitarias

2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción

2.9.7.1 De lanzamiento

2.9.7.2 De operación

2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

3. ESTUDIO TECNICO

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto

3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto

- 3.1.3 Capacidad del proyecto
 - 3.1.3.1 Capacidad total diseñada
 - 3.1.3.2 Capacidad instalada
 - 3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada
- 3.2 LOCALIZACION
 - 3.2.1 Macrolocalización
 - 3.2.2 Microlocalización
- 3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO
 - 3.3.1 Ficha técnica del producto
 - 3.3.2 Descripción técnica del proceso
 - 3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento
 - 3.3.4 Control de calidad
 - 3.3.5 Recursos
 - 3.3.5.1 Recurso humano
 - 3.3.5.2 Recurso físico
 - 3.3.5.3 Recurso de insumos
 - 3.3.6 Estudio de proveedores
 - 3.3.7 Distribución de planta
 - 3.3.8 Logística de distribución
- 3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD FISICA DEL PROYECTO

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

- 4.1 FORMA DE CONSTITUCION
- 4.2 CONSTITUCION DE LA EMPRESA
 - 4.2.1 Visión
 - 4.2.2 Misión
 - 4.2.3 Objetivos
 - 4.2.4 Políticas
- 4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL
 - 4.3.1 Organigrama

4.3.2 Descripción y perfil de cargos

4.3.3 Asignación salarial

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 INVERSIONES

5.1.1 Inversión fija

5.1.1.1 Maquinaria y equipo

5.1.1.2 Muebles y enseres

5.1.1.3 Equipo de oficina

5.1.1.4 Total de Inversión fija

5.1.2 Inversión diferida

5.1.3 Inversión de capital de trabajo

5.1.3.1 Costos de producción

5.1.3.1.1 Materias primas

5.1.3.1.2 Mano de obra directa

5.1.3.1.3 Costos indirectos de fabricación

5.1.3.1.4 Total costos de producción

5.1.3.2 Gastos de administración y ventas

5.1.3.3 Gastos financieros

5.1.3.4 Total capital de trabajo

5.1.4 Inversión total

5.1.5 Fuentes de financiación

5.2 COSTOS

5.2.1 Costos fijos

5.2.2 Costos variables

5.2.3 Costos totales unitarios

5.2.4 Precios de venta

5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

5.3.1 Egresos proyectados

5.3.2 Ingresos proyectados

- 5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO
- 5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO
- 5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS
- 5.7 BALANCE GENERAL

6 EVALUACION DEL PROYECTO

- 6.1 IMPACTO SOCIAL
- 6.2 IMPACTO AMBIENTAL
- 6.3 EVALUACION FINANCIERA
 - 6.3.1 Valor presente neto
 - 6.3.2 Tasa interna de retorno
 - 6.3.3 Periodo de recuperación
 - 6.3.4 Análisis de las razones financieras

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

LISTA DE CUADROS

- Cuadro 1. Las Vitaminas
- Cuadro 2. Porcentajes nutricionales
- Cuadro 3. Relación de empleados de las empresas del sector
- Cuadro 4. Ficha técnica de demanda
- Cuadro 5. Sitios donde almuerza
- Cuadro 6. Evaluación del servicio en el sitio donde almuerza
- Cuadro 7. Utilización del servicio
- Cuadro 8. Alimentos que más consume
- Cuadro 9. Almuerzo preferido
- Cuadro 10. Precios que pagarían por almuerzo media porción
- Cuadro 11. Precios que pagarían por almuerzo normal.
- Cuadro 12. Precios que pagarían por almuerzo a la carta
- Cuadro 13. Frecuencia para almorzar
- Cuadro 14. Utensilios para el servicio de restaurante
- Cuadro 15. Servicios adicionales del restaurante
- Cuadro 16. Embalaje para el servicio a domicilio.
- Cuadro 17. Alimentos de cafetería que más consume
- Cuadro 18. Bebidas acompañantes que más consume
- Cuadro 19. Frecuencia para utilizar el servicio de cafetería
- Cuadro 20. Horario de atención.
- Cuadro 21. Presupuesto para el servicio de cafetería
- Cuadro 22. Fondos de empleados en las empresas de la zona
- Cuadro 23. Descuento por nomina.
- Cuadro 24. Frecuencia de visita al restaurante
- Cuadro 25. Distribución de la frecuencia.
- Cuadro 26. Numero de servicios de restaurante al año
- Cuadro 27. Numero de servicios de cafetería al año

- Cuadro 28. Numero de bebidas acompañantes al año
- Cuadro 29. Proyección de servicios de restaurante
- Cuadro 30. proyección de servicios de cafetería
- Cuadro 31. Ficha técnica de oferta
- Cuadro 32. Tiempo de funcionamiento del negocio.
- Cuadro 33. Numero de empleados que tiene laborando
- Cuadro 34. Horario de atención.
- Cuadro 35. Clase de servicio de alimentación que ofrece
- Cuadro 36. Clase de clientes
- Cuadro 37. Promedio de ventas diarias por especialidad.
- Cuadro 38. Precios al público por almuerzo media porción
- Cuadro 39. Precios al público por almuerzo corriente.
- Cuadro 40. Precios al público por almuerzo a la carta.
- Cuadro 41. Alimentos que más consumen
- Cuadro 42. Implementos utilizados para el servicio de restaurante.
- Cuadro 43. Servicios adicionales en el establecimiento.
- Cuadro 44. Embalaje del servicio a domicilio
- Cuadro 45. Alimentos de cafetería que más vende
- Cuadro 46. Bebidas acompañantes que más vende
- Cuadro 47. Modalidad de pago.
- Cuadro 48. Buzón de sugerencias.
- Cuadro 49. Evaluación del servicio
- Cuadro 50. Normas de calidad.
- Cuadro 51. Registro ante entidades gubernamentales.
- Cuadro 52. Cantidad de almuerzos por especialidades.
- Cuadro 53. Tasa de crecimiento anual de oferta
- Cuadro 54. Distribución del numero de servicios anuales de restaurante
- Cuadro 55. Aplicación de la tasa de crecimiento para restaurante
- Cuadro 56. Distribución del numero de servicios anuales de cafetería
- Cuadro 57. Distribución de bebidas acompañantes

- Cuadro 58. Proyección de servicios de cafetería
- Cuadro 59. Relación de demanda y oferta
- Cuadro 60. Demanda insatisfecha
- Cuadro 61. Precios actuales del servicio de restaurante
- Cuadro 62. Precios actuales del servicio de cafetería
- Cuadro 63. Presupuesto de publicidad de lanzamiento
- Cuadro 64. Presupuesto de publicidad de operación
- Cuadro 65. Capacidad utilizada y proyectada de restaurante
- Cuadro 66. Capacidad utilizada y proyectada del servicio de cafetería
- Cuadro 67. Ponderación y división de factores en grados
- Cuadro 68. Puntuación de factores
- Cuadro 69. Calificación de grados a cada factor
- Cuadro 70. Pontaje de grados
- Cuadro 71. Determinación de ubicación
- Cuadro 72. Ficha técnica del producto
- Cuadro 73. Resumen del proceso de compra
- Cuadro 74. Resumen del proceso de preparación de alimentos
- Cuadro 75. Resumen del procedimiento de venta
- Cuadro 76. Proceso de posventa
- Cuadro 77. Proceso de compras de materia prima
- Cuadro 78. Proceso de almacenaje de materia prima
- Cuadro 79. Proceso de elaboración y preparación de alimentos
- Cuadro 80. Mano de obra directa de producción
- Cuadro 81. Mano de obra indirecta de producción
- Cuadro 82. Mano de obra directa de administración
- Cuadro 83. Mano de obra indirecta de administración
- Cuadro 84. Maquinaria y equipo
- Cuadro 85. Muebles y enseres
- Cuadro 86. Equipo de oficina
- Cuadro 87. Recurso de Insumos

- Cuadro 88. Lista de proveedores de maquinaria y equipo
- Cuadro 89. Lista de proveedores de insumos
- Cuadro 90. Descripción de funciones del coordinador logístico
- Cuadro 91. Especificaciones del cargo
- Cuadro 92. Descripción de funciones de la cajera
- Cuadro 93. Especificaciones del cargo
- Cuadro 94. Descripción de secretaria auxiliar
- Cuadro 95. Especificaciones del cargo
- Cuadro 96. Descripción de funciones del jefe de cocina
- Cuadro 97. Especificaciones del cargo
- Cuadro 98. Descripción de funciones del asistente de cocina
- Cuadro 99. Especificaciones del cargo
- Cuadro 100. Descripción de funciones de la auxiliar de cocina
- Cuadro 101. Especificaciones del cargo
- Cuadro 102. Descripción de funciones del Mesero
- Cuadro 103. Especificaciones del cargo
- Cuadro 104. Descripción de funciones de Servicios Generales
- Cuadro 105. Especificaciones del cargo
- Cuadro 106. Descripción de funciones del Jefe de Bodega
- Cuadro 107. Especificaciones del cargo
- Cuadro 108. Descripción de funciones del Mensajero
- Cuadro 109. Especificaciones del cargo.
- Cuadro 110. Asignación salarial
- Cuadro 111. Maquinaria y equipo
- Cuadro 112. Muebles y enseres
- Cuadro 113. Equipo de oficina
- Cuadro 114. Inversión fija
- Cuadro 115. Inversión diferida
- Cuadro 116. Porcentaje de almuerzos por preferencia
- Cuadro 117. Costos de insumos de almuerzos corrientes

- Cuadro 118. Costos de insumos almuerzos media porción
- Cuadro 119. Costos de insumos almuerzos a la carta
- Cuadro 120. Porcentaje de bebidas acompañantes
- Cuadro 121. Costos de insumos de bebidas acompañantes
- Cuadro 122. Porcentaje de participación alimentos de cafetería
- Cuadro 123. Costos de insumos almuerzos de cafetería
- Cuadro 124. Insumos total se servicio a domicilio.
- Cuadro 125. Costo total de insumos
- Cuadro 126. Mano de obra directa de producción
- Cuadro 127. Mano de obra indirecta de producción
- Cuadro 128. Herramientas
- Cuadro 129. Depreciación de activos fijos
- Cuadro 130. Otros costos indirectos de fabricación
- Cuadro 131. Total costos de producción
- Cuadro 132. Mano de obra directa de administración
- Cuadro 133. Mano de obra indirecta de administración
- Cuadro 134. Amortización diferida
- Cuadro 135. Otros costos indirectos
- Cuadro 136. Total costos de administración y ventas
- Cuadro 137. Descripción de obligaciones laborales
- Cuadro 138. Gastos financieros
- Cuadro 139. Total capital de trabajo.
- Cuadro 140. Inversión total
- Cuadro 141. Balance General Inicial
- Cuadro 142. Tabla de amortización bancaria
- Cuadro 143. Costos
- Cuadro 144. Costos unitarios
- Cuadro 145. Precio de venta
- Cuadro 146. Egresos
- Cuadro 147. Egresos proyectados

- Cuadro 148. Ingresos
- Cuadro 149. Ingresos proyectados
- Cuadro 150. Margen de contribución ponderado
- Cuadro 151. Distribución de unidades
- Cuadro 152. Flujo de caja proyectado
- Cuadro 153. Estado de perdidas y ganancias proyectado
- Cuadro 154. Balance General proyectado
- Cuadro 155. Flujo neto de caja
- Cuadro 156. Razones financieras
- Cuadro 157. Razones financieras
- Cuadro 158. Costo de oportunidad
- Cuadro 158. Periodo de recuperación

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1. Clasificación de los alimentos
- Figura 2. Ubicación geográfica
- Figura 3. Presentación de almuerzo corriente
- Figura 4. Presentación de almuerzo a la carta
- Figura 5. Empaque
- Figura 6. Presentación de productos sustitutos
- Figura 7. Sitios donde almuerza
- Figura 8. Evaluación del servicio en el sitio donde almuerza
- Figura 9. Utilización del servicio
- Figura 10. Alimentos que más consume
- Figura 11. Almuerzo preferido
- Figura 12. Precios que pagarían por almuerzo media porción
- Figura 13. Precios que pagarían por almuerzo normal.
- Figura 14. Precios que pagarían por almuerzo a la carta
- Figura 15. Frecuencia para almorzar
- Figura 16. Utensilios para el servicio de restaurante
- Figura 17. Servicios adicionales del restaurante
- Figura 18. Embalaje para el servicio a domicilio.
- Figura 19. Alimentos de cafetería que más consume
- Figura 20. Bebidas acompañantes que más consume
- Figura 21. Frecuencia para utilizar el servicio de cafetería
- Figura 22. Horario de atención.
- Figura 23. Presupuesto para el servicio de cafetería
- Figura 24. Fondos de empleados en las empresas de la zona
- Figura 25. Descuento por nomina.

- Figura 26. Tiempo de funcionamiento del negocio.
- Figura 27. Numero de empleados que tiene laborando
- Figura 28. Horario de atención.
- Figura 29. Clase de servicio de alimentación que ofrece
- Figura 30. Clase de clientes
- Figura 31. Promedio de ventas diarias por especialidad.
- Figura 32. Precios al público por almuerzo media porción
- Figura 33. Precios al público por almuerzo corriente.
- Figura 34. Precios al público por almuerzo a la carta.
- Figura 35. Alimentos que más consumen
- Figura 36. Utensilios utilizados para el servicio de restaurante.
- Figura 37. Servicios adicionales en el establecimiento.
- Figura 38. Embalaje del servicio a domicilio
- Figura 39. Alimentos de cafetería que más se consumen
- Figura 40. Bebidas acompañantes que más se consumen
- Figura 41. Modalidad de pago.
- Figura 42. Buzón de sugerencias.
- Figura 43. Evaluación del servicio.
- Figura 44. Normas de calidad.
- Figura 45. Registro ante entidades gubernamentales.
- Figura 46. Canal de comercialización actual
- Figura 47. Canal de comercialización propuesto
- Figura 48. Logotipo
- Figura 49. Diagrama proceso de venta
- Figura 50. Distribución en planta
- Figura 51. Logística de distribución
- Figura 52. Organigrama
- Figura 53. Punto de equilibrio
- Figura 54. Flujograma de caja

LISTA DE ANEXOS

- Anexo A Aviso publicitario
- Anexo B Menú diario de almuerzo corriente
- Anexo C Menú diario de almuerzo a la carta
- Anexo D Encuesta de demanda
- Anexo E Encuesta de oferta
- Anexo F. Análisis de proveedores
- Anexo G. Solicitud de pedido a proveedores
- Anexo H. Entrada de almacén
- Anexo I. Solicitud de cocina
- Anexo J. Carta de menú
- Anexo K. Formato de minuta-valera
- Anexo L. Formato planilla de entrega y satisfacción del cliente.
- Anexo M. Formato de factura
- Anexo N Comida típica Colombiana

INTRODUCCION

El cambiante mundo de los negocios y los procesos de modernización y competitividad exige especializaciones en la identificación, formulación y evaluación de proyectos garantizando no sólo su sostenibilidad sino ofrecer mejores bienes y servicios. Actualmente una de las grandes y frecuentes causas del cierre de las empresas es el poco análisis de investigación para determinar si hay o no una necesidad y la falta evaluación financiera para saber si el negocio tiene futuro sostenible o no.

Este estudio se presenta como la factibilidad para la creación de un Restaurante en la zona Industrial de Chimitá en el municipio de Girón, Las investigaciones señaladas aquí se registran por capítulos, que son necesarios no solo para dar fe del aprendizaje adquirido durante la carrera universitarias sino también ofrecer posibles alternativas de solución a una gran cantidad de inconvenientes que están presentes en el sector industrial de Girón, como desplazamiento, salud, pobreza, sanidad ambiental, necesidades domesticas y alimentarias tanto para los trabajadores como los mismos pobladores. El objetivo general de este proyecto es ofrecer un estudio minucioso de oportunidad de negocio que ofrezca un mejor y variado servicio de alimentación cumpliendo con todas las normas de calidad a un bajo un precio; de tal forma que se obtenga no sólo rentabilidad para el inversionista sino principalmente el bienestar de todos los usuarios.

Por lo anterior; se hace necesario presentar en este informe temas tan importantes como, estudio de mercados, estudio técnico, estudio administrativo, estudio financiero y por último la evaluación general, todos ellos planteados bajo la problemática actual del sector industrial del municipio de Girón.

El estudio de mercados, busca suministrar la información necesaria para identificar, determinar y cuantificar la demanda con sus características y necesidades, además, determinar con los mismos parámetros, la oferta y sus estrategias identificando sus debilidades y fortalezas. Así mismo con el estudio técnico se pretende identificar los posibles proveedores suministradores de insumos y todos los recursos físicos, además permitirá establecer y analizar el tamaño del proyecto, su localización e ingeniería.

El estudio administrativo se refiere a la composición legal y administrativa por la cual está regido todo proyecto de inversión, se plantearán normas, políticas, forma de constitución, estructura organizacional y todo lo relacionado con el personal como salarios, funciones, especificaciones de los cargos y demás. Otro capítulo importante es el estudio financiero; éste tiene como objetivo determinar cuáles van a ser los recursos tangibles e intangibles necesarios para la inversión, la modalidad de adquisición de insumos y la fuente de financiación, Así mismo se establecerá cuales son los ingresos, costos y gastos y sus proyecciones a cinco años con su respectivo análisis financiero que lo determinara los registros de flujos de caja, estado de resultados y balance general. También se analizará el impacto ambiental y social del proyecto no sólo en el sector donde se ubicará sino también el aporte económico, social y ambiental que ofrecerá al sector, al municipio al departamento y al país mismo. La aplicación de todos los conocimientos adquiridos en la carrera de Gestión empresarial es la base fundamental para el desarrollo, interpretación y el análisis de cada ítem señalado en este estudio; esto permitirá ofrecer una fuente de investigación valiosa a todos los posibles inversionistas y el público universitario en general respecto a la creación y montaje de un restaurante.

1. GENERALIDADES

Desde la década de los sesenta cuando se inició con los reinados de belleza en todo el mundo; alimentación y dieta han sido palabras que han permanecido en la mente de la mayoría de las personas; debido a los cambios de costumbres y la constante batalla por la belleza corporal muy bien vista tanto en hombres como en mujeres. Lo anterior ha ocasionado un cambio radical en la preparación y combinación de los alimentos y ha hecho más exigentes la labor de los Sheffs y cocineros profesionales.

Por medio de esta investigación se conocerán algunas costumbres y pautas de alimentación, las tendencias y análisis del sector alimenticio, y demás aspectos relacionados, con el fin de dar un marco de referencia para la creación de un restaurante en el municipio de Girón.

1.1 LA ALIMENTACION Y DIETA

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. Si no hay alimentación, no hay vida.

En muchas revistas, artículos de periódicos, citas bibliográficas se encuentran apartes y artículos importantes relacionados con preparación de alimentos, a continuación se encuentran algunas definiciones y temas relacionados con esta investigación.

Cada época trae consigo cambios culturales, en las costumbres, en los estilos de vida y de eso no se escapan los hábitos alimenticios. Hoy en

día se consumen alimentos que hace diez años eran o desconocidos o tan exóticos que ninguna persona pensaba tenerlos en la cocina. Con el auge del naturismo y del cuidado del cuerpo asociado a la conservación del medio ambiente, la sociedad está aprendiendo a alimentarse, aumentando las opciones del menú, fijándose en el valor nutricional de cada uno de los productos que se llevan a la boca y balanceando su nivel de vitaminas, proteínas y carbohidratos requeridos para el normal funcionamiento de su cuerpo en el desarrollo de las actividades cotidianas.

Otros criterios como el sabor, la comodidad y la estética han consolidado la presencia de distintas variedades de productos; Verduras, frutas y comida típica regional, en la cocina colombiana, aprovechando la amplia gama de cultivos en varias regiones del país, con el fin de ofrecer los servicios de restaurante agradables a la vista maximizando el aprovechamiento y preparación de exquisitos platos para lograr deleitar la necesidad del consumidor final.

“Desde el 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 cronológica”¹. A

¹ Revista 56. Alimentación GERBER información tomada de documental O.M.S. y FAO. 1.993

continuación se describe los diferentes tipos de vitaminas y sus componentes.

Cuadro 1. Las Vitaminas

SIM B	SE ENCUENTRA EN	ENFERMEDADES POR SU CARENCIA
A	Zanahorias, tomates, sardinas, Yema de a, mantequilla, leche, Aceites	Ceguera, retraso del crecimiento
D	Aceite de hígado de bacalao, verduras, hongos, yema de huevo, mantequilla	Raquitismo, tetanía, osteomalacia, osteoporosis
E	Aceite de germen de trigo y semillas de maíz y de algodón, huevos, vegetales frescos.	Distrofia muscular, hemolisis, aborto o resorción del embrión o feto, trastornos diversos del aparato genital.
K	Bacterias intestinales	Retraso en la coagulación de la sangre por falta de producción hepática en protrombina, esclerosis de los vasos
Q	Casi todos los alimentos lípidos de los mitocondrios	Interviene como transferida de electrones en la cadena respiratoria mitocondrial.
F	Alimentos grasos	Dermatitis seborreica, hígado graso, disminución de defensas frente a quemaduras.
B6	Yema de huevos, hígado, riñón, músculos y cereales	Espasmos musculares, lesiones vasculares
B1	Cereales(cascara) manzana, huevo, mantequilla	Trastornos nerviosos y metabólicos, beriberi
B12	Proteínas, animales hígado, riñón	Anemia perniciosa
C	Cítricos, perejil, tomate, vegetales frescos, patata, cebolla, pimiento	Escorbuto, hemorragias gingivales y cutáneas enfermedad de Barlow
H	Yema de huevo, hígado, levadura, zanahoria lechuga riñón, patata	Seborrea, acné, forúnculos, descamacion
P	Zumo de limón	Acción vitamínica de la vitamina C, acción protectora de los vasos capilares
B2	Casi todos los alimentos leche, verdes hígado	Dermatitis, trastornos nerviosos, congestión conjuntival, insuficiencia suprarrenal, tensiones del sistema digestivo, flacidez Muscular

Fuente: Enciclopedia estudiantil OCEANO

El factor más importante a considerar por dieta completa y saludable es que ésta provea a la persona de todos los nutrientes requeridos en cada una de las etapas de su desarrollo. Los requerimientos diarios de nutrientes en cualquier bebé varían dependiendo de la etapa de desarrollo en la que se encuentre y de la energía que necesite según su edad y actividades que desarrolle, esta información es suministrada por la O.M.S. (Organización mundial de la salud) en su revista 56. Denominada Alimentación GERBER y se puede resumir así:

El Bebe a los cuatro meses requiere de 700 kilocalorías por día y 13 gr. de proteínas; a los seis meses requiere de 810 kilocalorías por día y 14 gr. de proteínas; al año requiere de 950 kilocalorías por día y 14 gr. de proteínas.

Si durante sus primeros años de vida el individuo es bien alimentado muy seguramente esto contribuirá a un desarrollo adecuado durante todas las etapas de su vida.

Los alimentos se clasifican en:

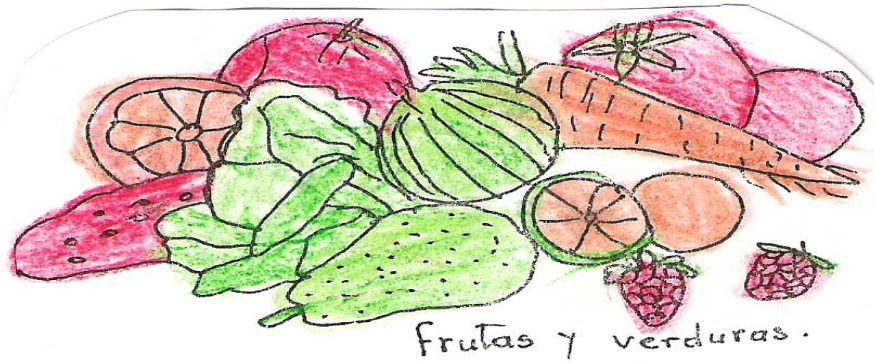
Constructores como pescado, queso, pollo, y huevos, éstos, ayudan a crecer y formar los huesos y músculos;

Energéticos como los tubérculos, maíz, grasas y aceites comestibles, chocolates, el pan, los dulces y los cereales; éstos ayudan a dar energía.

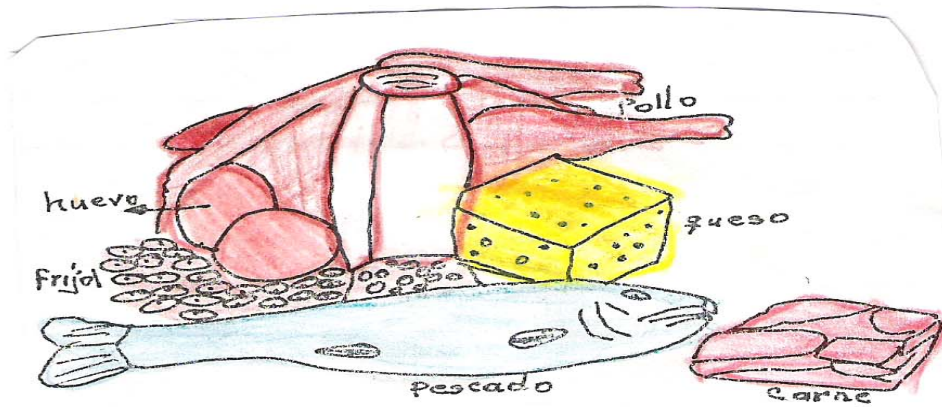
Reguladores como frutas y verduras que ofrecen vitaminas y ayudan a tener el cuerpo sano. (Ver figura 1.)

Figura 1. Clasificación de los alimentos

Reguladores



Constructores



Energéticos



LA DIETA IDEAL “Existe una multitud de dietas entre ellas: para el tratamiento y prevención de enfermedades, dietas adaptadas a las distintas etapas de la vida, para perder esos kilos que sobran y muchas más. Cualquier dieta (sea la que sea) para ser considerada adecuada tiene que cumplir con un doble requisito:

- 1) asegurarse que la persona obtiene las calorías suficientes para mantener un peso corporal constante dentro de los límites considerados normales para esa persona
- 2) Que en la dieta estén representados alimentos de los distintos grupos: lácteos y huevos; carnes, pescados, aves y caza; grasas y aceites; cereales y leguminosas; verduras y frutas, en las proporciones adecuadas para que la persona pueda obtener todos los nutrientes que a diario el organismo necesita.

Visto así parece muy sencillo. Pero a menudo, el equilibrio - balance de calorías y nutrientes es complicado. Por ejemplo, una dieta variada para un hombre adulto de unos 70 kilos es satisfactoria en todos los aspectos cuando su valor calórico es de unas 2600 -2700 kilocalorías diarias, - explica Grande Covián (Especialista en Anatomía y fisiología), pero deja de serlo cuando se reduce su valor calórico a 1000 kilocalorías a menos que se seleccionen muy concienzudamente los alimentos que se deben eliminar para rebajar su valor calórico”².

LA IMPORTANCIA DE COMER VARIADO: Es indiscutible que para vivir se necesita comer. Los distintos alimentos que componen nuestras comidas tienen como función aportar la energía y componentes estructurales necesarios para que el organismo funcione. Sin embargo, comer no siempre es igual a nutrir. En el mundo occidental se dispone de toda clase

² Página Internet info@alimentación-sana-com.ar

de alimentos y sin embargo, una parte de la población está sobrealimentada y mal nutrida. A estas personas les sobran calorías y les faltan micronutrientes.

DIETA Y NUTRICION. La dieta es, cómo, cuánto y qué clase de alimentos se deben tomar diariamente para satisfacer las necesidades nutritivas de nuestro organismo.

La nutrición es una disciplina científica que estudia y analiza los procesos mediante los cuales el organismo utiliza, transforma e incorpora en sus estructuras una serie de sustancias químicas definidas que forman parte de los alimentos. El concepto moderno de nutrición fue establecido por Lavoisier a mediados del siglo XVIII. Demostró que la alimentación respondía a un problema energético. Sin alimentos un organismo muere igual que un coche sin gasolina. Pero, además, de proporcionar la energía necesaria, los alimentos deben aportar ciertas sustancias químicas que se llaman nutrientes. Estos son liberados por los alimentos durante la digestión.

Macronutrientes y micronutrientes Los macronutrientes como Los hidratos de carbono, proteínas y grasas, suministran los principales materiales de construcción para el crecimiento celular; son también la única fuente de calorías o energía para el cuerpo. Cada gramo de hidratos de carbono o proteína proporciona unas 4 calorías. Cada gramo de grasa alrededor de 9 calorías. Los micronutrientes son vitaminas y minerales; no proporcionan energía y se consumen en pequeñas cantidades. Pero no dejan de ser menos importantes desde el punto de vista nutricional. Vitaminas y minerales ayudan a los macronutrientes a construir y mantener el organismo. A diario, se necesitan unos 50 componentes de estos nutrientes y en unas proporciones determinadas; estos nutrientes son los encargados de suministrar al organismo los materiales necesarios para la construcción,

mantenimiento, renovación y reparación del cuerpo humano, así como de regular las numerosas reacciones químicas que en él se producen.

La respuesta a por qué hay que comer de todo? está clara. No existe ningún alimento completo por sí solo, excepto la leche materna. Una dieta variada asegura que al organismo le llegan esos distintos nutrientes. Pero además, hay que concienciarse de hacerlo en la cantidad adecuada, ni en más ni en menos.

La importancia del ejercicio físico Por esta razón, todas las dietas contemplan el ejercicio físico continuado y diario para aumentar el gasto energético y no tener que reducir drásticamente la ingestión diaria de calorías en la dieta. Pero, además, el ejercicio físico tiene otros beneficios, ahuyenta el estrés, aumenta la resistencia a las enfermedades, da flexibilidad y fuerza muscular y fortalece la resistencia y el corazón. Por lo anterior, hay muchas dietas posibles, capaces todas ellas de satisfacer las necesidades nutritivas del organismo, siempre que cumplan con el doble requisito mencionado. Pero ninguna dieta será efectiva y mucho menos será la dieta ideal si la persona a quien se destina la encuentra poco apetitosa. Comer no es sólo satisfacer las necesidades del organismo, es también un placer.

Las dietas, por otra parte, deben ser lo más personalizadas posible. Cada persona según su edad, sexo, actividad y estado de salud necesita unas calorías determinadas. Por esta razón es importante consultar con el médico para que él pueda establecer un modelo de reparto de alimentos y las cantidades de energía y nutrientes necesarios por día en la dieta.

CALORÍAS Y NECESIDADES ENERGÉTICAS Como se comentó anteriormente el individuo se alimenta para adquirir energía y proporcionarle al organismo los nutrientes necesarios para su construcción, mantenimiento y reparación. Esta energía la proporcionan los hidratos de

carbono, las proteínas (unas 4 calorías por gramo) y las grasas (9 calorías por gramo). Para mantenerse en el peso adecuado es imprescindible ajustar el consumo a las necesidades. Todo lo que se consume en exceso se almacena en forma de grasa.

Para no sufrir desequilibrios ni en peso ni en nutrientes, hay que ingerir estas calorías de una forma determinada. Los hidratos de carbono deberían representar el 50% de la energía total. Sin verduras, hortalizas y frutas faltarán vitaminas y minerales y que las legumbres y cereales son una energía barata y sana con alto efecto saciante. Las grasas no deben suponer más allá de 35%. Las proteínas tanto de origen animal como vegetal deben aportar el 15%.

La cantidad de energía que gastamos es variable y resulta de la suma de diferentes necesidades calóricas obligatorias (metabolismo basal) y otras que dependen del estilo de vida y de la actividad física que desarrolla cada individuo. Teniendo en cuenta estas variables, algunos autores establecen valores energéticos de 2700 kilocalorías para un hombre adulto y 2000 para la mujer con una actividad física moderada.

Las recomendaciones de la O.M.S. (Organización Mundial de la Salud) establecen un aporte calórico de 2000 a 2500 Kcal/día para un varón adulto y de 1500 a 2000 kcal/día para las mujeres. Estas necesidades disminuyen a medida que la persona se hace mayor. Un hombre de 65 años de constitución media necesitará unas 1900-2100 kcal/día mientras que una mujer 65 años de constitución media oscilará entre 1500 - 1700 kcal/ día.

Necesidades de energía del organismo obligatorias. Aunque se esté en reposo, el organismo necesita energía para mantenerse vivo. Esta actividad que se llama "gasto energético basal" según diversos estudios, en un adulto sano, puede requerir entre 1000 y 1200 calorías/día. Por ejemplo, ciertos órganos como el hígado, cerebro, corazón y riñones, en condiciones

normales suponen el 60 y 70% de gasto total del organismo, a lo que hay que sumar la energía que se utiliza en la síntesis y formación de nuevos tejidos y que es más elevada en las etapas del crecimiento, lactancia y embarazo.

También hay que considerar el gasto de energía que se produce al ingerir alimentos y poner en marcha los procesos de digestión. Viene a suponer un 10% del gasto total. El nutriente cuya ingesta induce mayor gasto son las proteínas, seguidos de lejos por los carbohidratos y la grasa que estimula un gasto mínimo.

1.2 ANALISIS DEL SECTOR

1.2.1 A nivel mundial. Con la globalización de la economía y la lucha por la cobertura de comercios, en el mundo el sector agrícola se ha visto notablemente afectado por la falta de bienestar económico que tanto se les promete a los campesinos. Desde la aparición del ALCA (Área de Libre Comercio de las Américas), NAFTA ó TLC (Tratado de Libre Comercio de América del Norte), MERCOSUR (Mercado Común del Sur) y otros acuerdos latinoamericanos y mundiales la producción de los productos del campo ha decaído considerablemente y en especial los agrícolas indiscutiblemente por dos aspectos; Primero por el intercambio exagerado de los alimentos entre un país y otro, y segundo; por la inmesurada baja de precios en los productos que se dan al mejor postor incrementando las importaciones agrícolas considerablemente.

Un artículo publicado en el diario económico y financiero La República El Dr. Jorge Ramírez Ocampo señala que “estos acuerdos tendrán costos pero que un futuro serán mayores los beneficios, siempre que se haga la debida preparación y concertación con el campesino.

América Latina no es ajena a todos estos problemas, sin embargo en algunos países por los cambios de gobierno y su reestructuración de leyes políticas se les ofrece a los campesinos bienestar y nuevos acuerdos para sacar al mercado y negociar mas fácilmente sus productos”.³

A pesar de todo, la lucha de los inversionistas dedicados al sector de la alimentación por mantenerse es muy grande; aquí no están de lado los colombianos siempre al frente de la batalla; en los Estados unidos por ejemplo son muy reconocidos y apetecidos los platos típicos colombianos. La idea de transformar la imagen colombiana está siempre en la mente de cualquier patriota por ello dos colombianos unieron su capital y hace 13 años en Unión City NJ nació la idea de un restaurante de comida típica colombiana que dos meses después se llamo Rinconcito Colombiano tuvo tanto éxito que seis años después se consolidó con Villa de Colombia en el corazón de Hackensack. New Jersey.

El nombre del restaurante Villa de Colombia fue dado por sus mismos clientes y actualmente ofrece el servicio para noventa personas por día con exquisitos platillos de comida colombiana. No estuvo mal la idea de hace cuatro años de la directora de la registraduría estadounidense en solicitar el alquiler de este lugar para colocar puestos de votación en jornadas electorales, esto ayudó a que la comida paisa fuera el plato fuerte de la ciudad, actualmente además de las épocas de votación es alquilado también para reuniones de obras de caridad de los damnificados de desastres naturales en Honduras, Colombia y Venezuela. Villa Colombia es un sitio reconocido en todo el país; Así como este restaurante existen muchos en otros lugares del país y del mundo no solo de comida típica

³ Diario económico y financiero La República edición marzo 7 de 2003

colombiana sino de todas las nacionalidades en la lucha por ofrecer lo mejor de su tierra.

1.2.2 A nivel nacional. Así como en el extranjero se lucha por mejorar la imagen, en Colombia es el compromiso de todos sin embargo por la situación social y económica que aqueja a todos los sectores el campesino afronta todas las adversidades para ofrecer los mejores productos del mundo. Según las estadísticas En Colombia durante los tres últimos años los alimentos tuvieron un peso importante en el costo de vida de todas las personas. ⁴Corabastos, el principal centro mayorista del país en productos agrícolas durante el mes de febrero de 2002 aumento su actividad en 40% la principal razón para este aumento está en la baja oferta de tubérculos por estacionabilidad en la cosecha y la baja producción debido a la menor rentabilidad del cultivo ya que el año pasado los precios al productor se mantuvieron relativamente estables, aunque sus costos si subieron.

Diferente a lo que sucede en los países integrantes de la Unión Europea E:U. en donde con las opiniones, decisiones y sugerencias de los granjeros se dictan los grandes acuerdos y leyes del sector agrícola en Colombia y países subdesarrollados por el contrario se refleja otra situación y muy preocupante con los productores; a pesar de que los acuerdos comerciales aportan al bienestar y los ingresos de cada nación disminuyen la productividad y la creatividad en los propietarios de las pequeñas parcelas”.⁵ La Gastronomía Colombiana es una de las más apetecidas no sólo para invertir sino para saborear. La mayoría de los platillos son preparados con los productos del campo que además de ser

⁴ Diario el tiempo, edición febrero 14 de 2002

⁵ Diario la República, edición febrero de 2002

exquisitos lograr satisfacer las necesidades alimenticias de todo individuo. (Ver anexo N)

En Colombia según datos estadísticos de la cámara de comercio nacional se registran cinco restaurantes al mes, esta es una cifra que demuestra que el sector alimenticio es muy viable para invertir. En Bogotá por ejemplo, se han hecho miles de inversiones en el montaje de lujosos y suntuosos restaurantes con el fin de ofrecer no-solo comida colombiana sino extranjera para atraer a los turistas, uno de los sitios más visitados es EL BUQUE ubicado en el Norte de la Ciudad, su especialidad es la comida árabe y es visitado por mas de cien comensales al día. En Medellín abundan los restaurantes pues una de las comidas más exquisitas es la paisa uno de los sitios mas reconocidos es el Restaurante capitolio en el centro de la ciudad Por otra parte en Barranquilla se ofrece exquisita comida de mar. Todos estas empresas y sus especialidades hacen de Colombia el país más variado y exquisito del mundo.

1.2.3 A nivel regional. La ubicación geográfica de esta investigación se realiza en el municipio de Girón departamento de Santander. A continuación se describen algunas características de esta región

SANTANDER. ⁶Departamento ubicado al noreste del país en la región andina, su superficie es de 30.537 km² limita con los departamentos de Cesar y Norte de Santander, por el Sur con Boyará y por el Oeste con el río Magdalena que separa los departamentos de Antioquía y Bolívar. Santander esta dividida en 87 municipios, tiene 1.561.426 habitantes de los cuales 1.060.014 corresponden a cabeceras municipales y 500.464 del sector rural agrupados en 343.914 hogares que habitan en 345.153 viviendas. La población de 10 años y más según condición de la actividad está distribuida

⁶ Plan de ordenamiento territorial de San Juan de Girón edición 2002-2006

en 51% económicamente activa, el 20% estudiantes. 24% oficios del hogar. 1% jubilados y pensionados y 4% en otra situación. La principal actividad económica en Santander es la agricultura, otras actividades son la ganadería y la explotación del petróleo carbón y oro. Sobresalen los cultivos del café. Cacao. Maíz. Papa. Sorgo, plátano. Yuca. El territorio departamental es específicamente rico en recursos naturales; se encuentra carbón a todo lo largo de la cordillera oriental y en el vale del Magdalena se explota intensamente el petróleo (Barrancabermeja)”

El desarrollo industrial en Santander es sólido cuenta con 3.562 establecimientos industriales y 10.626 comerciales. El departamento cuenta con una aceptable red de carreteras que conectan casi todos los municipios. El río Magdalena es navegable por todo el trayecto del departamento y su principal puerto fluvial se encuentra en Barrancabermeja. En donde también se sitúa el principal foco de contaminación atmosférica e hídrica por el petróleo.

La popularidad de las comidas típicas es irremediable, es uno de los platos que más se consume y hacen de su región una característica. Santander por ejemplo; tiene exquisitos y variados platos típicos que hacen de esta región un lugar agradable al estómago de cualquier persona, ya que su Gastronomía es muy rica. Actualmente existe un restaurante ubicado en el centro de Bucaramanga (capital); llamado Desayunadero El Tonny, cuyos propietarios han llevado la exquisita comida santandereana a varias ciudades del país: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Cartagena gracias a este mercado; las hormigas culonas, el chocolate Girones, los bocadillos de Vélez, las panelitas y chorizos de Socorro, los quesos de Málaga y muchos otros productos de la región son muy apetecidos en el país.

Otra empresa que aporta para esta cobertura alimenticia es Petrocasinos con su sede principal también en la capital santandereana, que Igual que El

Tonny tiene mercados en varias ciudades colombianas. Esta empresa hace 12 años suministra almuerzos a todos los colaboradores en las diferentes sedes nacionales de Ecopetrol, el servicio se presta mediante casinos instalados adecuadamente dentro de cada sede, su especialidad es también la comida típica Santandereana con la modalidad de almuerzos ejecutivos.

Se pueden mencionar otros lugares importantes en su Gastronomía como Corcobados, viejo Chiflas, La fonda paisa, Puerta del Sol entre otros en los cuales las hormigas culonas son su especialidad.

Figura 2. Ubicación Geográfica.



GIRON. “Pueblillo a orillas del río de oro, acogedor no solo por las costumbres de sus habitantes sino por su belleza colonial y sus artesanías. Es visitado diariamente por mas de 200 turistas, sus artesanías, comidas típicas, cultura y costumbres hacen de esta región un lugar apto de descanso y las vacaciones. Allí también se ofrece la comida típica en los mejores restaurantes de la zona, uno de ellos y el más antiguos es el

Restaurante la Casona ubicado en el parque central que además de ser el más cotizado es uno de los más reconocidos y visitados; su afluencia turística es reconocida en todo el departamento, tanto que fue llamado hace cuatro años el embajador del turismo Girones nombrado por la alcaldía del municipio-”⁷

Una de las zonas más importantes del municipio en donde esta localizada la industria es la zona de Chimitá, allí circundan pequeñas, medianas y grandes empresas catalogadas en todos los sectores de la economía. Su expansión es de 128.487 hectáreas de tierra firme. Así mismo se encuentran también los asentamientos más frágiles y vulnerables originados por el desplazamiento y la pobreza proveniente del Magdalena Medio ocupando aproximadamente un 40% del total de las hectáreas antes mencionadas así mismo. Son muy pocas las decisiones positivas para invertir en restaurantes, ya que la actividad principal es la industria, En la zona industrial abundan las industrias, empresas de mediana y pequeña dimensión con afluencia de mas de 3.200 trabajadores diarios. Se han realizado estudios o proyectos de inversión en el sector de los alimentos en este lugar pero las expectativas han sido pocas por el ambiente, la lejanía, el transporte y el entorno del sector.

1.3 CONTEXTO GEOGRAFICO

Girón es un municipio de Santander ubicado en área metropolitana a escasos 7 km. de Bucaramanga y llamado desde 1.963 monumento nacional, sus calles empedradas, puentes, plazoletas y capillas evocan un espíritu histórico, religioso y colonial, que se ha conservado intacto y se

⁷ Plan de ordenamiento territorial de San Juan de Girón 2000-2009

refleja en su lujosa arquitectura. Fue fundado en 1.931 a orillas del río de oro por el señor Francisco Mantilla de los Ríos. Actualmente tiene 77.500 habitantes y su temperatura promedio son de 28 a 36⁰.

Una de las actividades más sobresalientes de la región es la Feria del Tabaco que se lleva a cabo entre el 18 y el 20 de agosto de cada año. Este municipio cuenta con una extensión total de 475.14 Km siendo uno de los municipios de mayor extensión en el área de metropolitana, de ahí la variedad fisiográfica, climática, florística y faunística.

La principal vía de comunicación que comunica al municipio con todo el país es la vía central que lidera la zona industrial de Chimitá, comunicando al municipio con la costa atlántica y el centro petrolero.

Esta investigación se basa en la problemática por la cual cruzan los trabajadores de la zona industrial de Chimitá con el fin de ofrecer algunas posibles soluciones en lo relacionado con la necesidad primordial la alimentación. Para esto se tendrán en cuenta factores, sociales, culturales, económicos y demás que ayudan a desglosar mas fácilmente las necesidades de cada persona e identificar sus inquietudes, expectativas ante la factibilidad de la creación de un restaurante en el sector.

De acuerdo con la reglamentación del plan de ordenamiento territorial (POT): En la zona industrial de Chimitá localizada en este municipio se encuentra más del 40% de la zona productiva del departamento permitiendo a las grandes industrias desarrollar sus actividades, ofreciendo mas de 10.000 empleos directos y 3000 indirectos, con un promedio de 250 a 300 personas en cada una; con horarios laborales distribuidos en tres turnos durante las 24 horas del día.

En esta zona se encuentran las 15 empresas industriales más importantes del departamento sumadas a otras 45 dedicadas al comercio, distribución y servicio. Entre éstas están: Tesicol, Ecogas, Terpel. , Santandereana de Aceites, Industrias Wonder, Soya, Lechesan, Comercial Centro abastos, está última ubicada en el parque industrial que es un conglomerado de grandes medianos y pequeños negocios. Todas ellas han hecho que su actividad sea un apoyo importante para incrementar el desarrollo y crecimiento de Santander.

Por las carreteras de la zona industrial fluyen, Tractomulas, carrotaques y vehículos de carga pesada que van de paso hacia el interior o simplemente son colaboradores de las compañías del sector, esto es un aliciente si se compara con el escaso transporte urbano que a hoy permanece.

De acuerdo con la legislación ambiental de la CDMB (Corporación para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga) la zona industrial de Chimitá presenta el 25% de contaminación del municipio afectando también gran parte de los habitantes de Bucaramanga localizados a lo largo del río de oro, otro porcentaje considerable de contaminación está en el sector centro de la capital Santandereana con el 45% debido al tráfico de vehículos y la multitud de personas, pues allí está ubicado gran parte del comercio capitalino. Las empresas industriales de Girón se rigen bajo el decreto 1753 de 1994 el cual exige la instalación de equipos evaporadores de olores dentro de los lugares más fétidos evitando su propagación en los alrededores; además, la CDMB está capacitando al personal de estas empresas en el manejo de los desechos evitando también la contaminación de los ríos promoviendo el aseo y las nuevas normas de clasificación de basuras que sirven de apoyo a las compañías recicladoras.

A lo largo de la historia las empresas de producción que mantienen los tres horarios laborales las 24 horas del día, facilitan a sus empleados el servicio de restaurante ofreciendo bienestar y evitando el cansancio diario de sus colaboradores, Actualmente esta técnica la practica Ecopetrol con la intermediación de Petrocasinos en la ciudad de Bucaramanga y en la zona Industrial de Girón la experimenta Rambal, una cooperativa de trabajo asociado que ofrece a sus empleados el servicio de restaurante dentro de sus instalaciones.

Son evidentes las necesidades de los trabajadores en mejorar o cambiar la cotidianidad y monotonía de su entorno, y aún más en su necesidad de mejorar su forma de alimentarse, por esto; es necesario e indispensable estudiar y realizar proyectos de inversión que permitan ofrecer mejores servicios de esta índole. Con el fin de proveer a los trabajadores de la zona no solo de un sitio de distracción sino de que pueda consumir una alimentación adecuada para el mantenimiento de su cuerpo. Con esta investigación se pretende ofrecer las bases para determinar realmente cuales son las inquietudes y expectativas de cada persona y así mismo analizar mas profundamente la posibilidad de la adecuación e instalación de un restaurante con todas las normas de calidad y buen servicio al cliente, además que ofrezca todas las posibles alternativas de solución a toda la comunidad además de apoyar a la C.D.M.B. en su labor de mantener el medio ambiente adecuado en el sector y aportar el granito de arena al comercio del municipio y del departamento mismo.

1.4 ASPECTO LEGAL

Para la creación de un restaurante se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

La adecuación e instalación y montaje de un restaurante trae consigo muchos aspectos legales a tener en cuenta; Inicialmente el proyecto se constituirá como una empresa unipersonal para esto se tendrá en cuenta varios puntos: entre ellos; cumplir con todas las normas y leyes tributarias como laborales y de constitución. A continuación se describen algunas leyes y normas de constitución.

La ley comercial entiende por establecimiento de comercio, el conjunto de bienes organizados por el empresario para realizar los fines de la empresa. Una misma persona puede tener varios establecimientos de comercio podrá pertenecer a varias personas y destinarse al desarrollo de diversas actividades comerciales (Código de comercio art. 515).

Inicialmente las empresas unipersonales se rigen por la ley 222 de 1995 por la cual se reforma el código de comercio que dice: "Son las llamadas empresas unipersonales aquella persona natural o jurídica que pueda ejercer el comercio destinado parte o la totalidad de sus bienes a una actividad de carácter mercantil."

Generalmente las empresas unipersonales se les otorgan seis meses de gracia para analizar los resultados de sus operaciones tiempo en el cual se tomará la decisión de seguir con la actividad o terminar con ella. Si el resultado es afirmativo el propietario debe realizar las inscripciones ante Bomberos, Sayco y Acinpro que les serán exigidos posteriormente por la cámara de comercio para su inscripción como establecimiento de comercio; para esta última diligencia es necesario elaborar un formulario de

inscripción en cámara donde se describe todos los datos de la empresa como son: nombre de propietario, dirección, razón social y monto de capital.

Otro aspecto a tener en cuenta para efectos fiscales las sociedades unipersonales se asimila a las limitadas y deben cumplir una serie de obligaciones fiscales en su calidad de contribuyentes o responsables de obligaciones tributarias, para lo cual deben poseer un Nit, mediante la demostración de existencia ante la DIAN y presentando el formulario de inscripción de cámara antes mencionado reglamentadas bajo los decretos 458 de 1995 y 2569 de 1998

Por normas legales las empresas unipersonales no están obligadas a llevar todos los libros de contabilidad que se requieren para las sociedades tales como libro de socios, libros de actas.

INVIMA: La normatividad establecida por el Instituto de vigilancia de medicamentos y alimentos es muy amplia, sin embargo se citarán algunos decretos establecidos para el sector alimenticio y que al momento de registrar el restaurante como establecimiento de comercio se debe tener en cuenta:

- ❖ Decreto 2106 de 1983 El Ministerio de Salud establece normas de pureza para los insumos endulzadores y colorantes utilizados en la elaboración de alimentos.
- ❖ Decreto 60 de 2002 Reglamenta la expedición de registros sanitarios para establecimientos dedicados a la producción y elaboración de alimentos

- ❖ Las licencias sanitarias expedidas por la secretaria de salud se rigen por toda las normas, decretos y leyes establecidas por el INVIMA.
- ❖ Ley 399 de agosto 19 de 1997 Los establecimientos dedicados a la elaboración de alimentos son regidos bajo las normas del INVIMA en lo que respecta a alimentos y líquidos envasados para utilización o consumo inmediato.
- ❖ Esta entidad presta los servicios de asesorías y visitas técnicas para medidas sanitarias a todo establecimiento comercial

A continuación se detallan algunas entidades ante las cuales se deben realizar los trámites exigidos por el Código de Comercio artículo 19 numeral 1, para el montaje y funcionamiento de establecimientos públicos clasificados en la categoría de alimentos y comestibles.

1. Consulta del Nombre en cámara de Comercio.
3. Impuesto de Registro en Registro de instrumentos públicos
4. Inscripción – Constitución e. Cámara de Comercio.
6. Matricula Industria y Comercio en Tesorería municipal.
7. Declaración Industria y Comercio. En Tesorería municipal.
8. Aprobación de Ubicación del establecimiento en Planeación Municipal.
9. Visto Bueno Establecimiento público en Cuerpo de Bomberos.
10. Licencia Sanitaria en la Secretaría de Salud.
11. Registro Único Tributario y Ni en Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).
12. Registro de Facturación en la DIAN.
13. Registro de Aporte al ICBF en el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF).

14. Registro de Aporte al SENA en el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA.
15. Afiliación a caja de Compensación. En Caja de Compensación.
16. Afiliación al POS en la Entidad prestadora de Salud (EPS).
17. Afiliación al ARP. En la Asociación de Riesgos Profesionales (ARP).
18. Afiliación a Fondo de Pensiones en AFP.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 General. Conocer los dos elementos primordiales del mercado como la oferta y la demanda de acuerdo a los canales de distribución y medios de comercialización para identificar el perfil de los clientes y poder establecer estrategias de mercado en busca de su satisfacción.

2.1.2 Específicos

- Caracterizar el mercado de comidas y alimentos que ofrecen los restaurantes posicionados en la zona industrial, con el fin de identificar el mercadeo para los productos o servicios que se van a ofrecer.
- Determinar los usos, especificaciones productos principales y secundarios y atributos diferenciadores del servicio. .
- Identificar, cuantificar y proyectar la demanda insatisfecha del servicio de alimentación que evidencie el mercado existente.
- Cuantificar y proyectar la oferta de acuerdo con las necesidades de información planteadas en el planteamiento del problema.
- Definir estrategias de distribución, promoción, publicidad y precio efectivas para los servicios a ofrecer en el restaurante.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO

2.2.1 Definición. usos y especificaciones del producto y/o servicio

Definición: Ofrecer servicio de alimentación en dieta balanceada bajo todas las normas técnicas y de calidad y con la minuciosa inspección de la nutricionista especializada en el ramo.

Usos: Los servicios ofrecidos de acuerdo al proyecto están encaminados a suplir las necesidades de alimentación de los clientes, trabajadores y empleados de las empresas ubicadas en la zona Industrial de Chimitá y llenar sus expectativas basados en una nutrición balanceada.

Especificaciones El producto principal es el servicio de almuerzo, no obstante cada plato estará calificado o aprobado por la nutricionista de acuerdo al número de calorías y nutrientes necesarios para el desarrollo normal del cuerpo humano. (Ver cuadro 2)

Cuadro 2. Porcentajes nutricionales

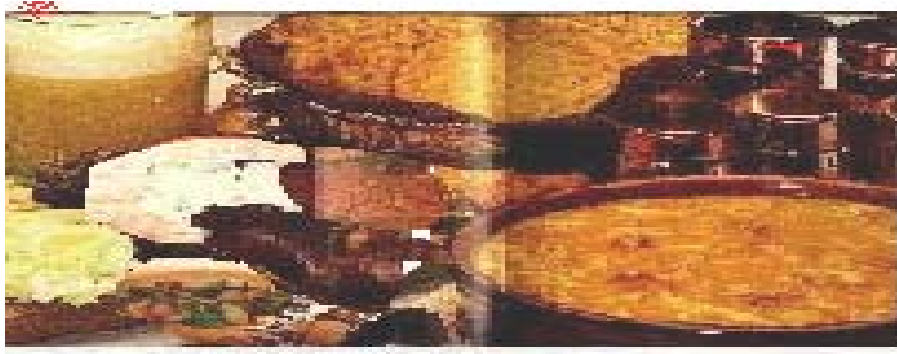
ALIMENTO	No. Calorías	%
CARBOHIDRATOS Verduras, hortalizas y fruta, pasta, arroz, papas, remolacha, zanahoria	780 Calores	50%
ACEITES Y GRASAS, mantequilla, aceites vegetales, aceite de cocina	546 Calorías	35%
PROTEINAS, carne, pescado, huevos y lácteos	234 Calorías	15%
TOTAL	1.560 CALORIAS	100%

Fuente: Disponible en internet en www.alimentación sana.com.arg

Por consiguiente se ofrecerán dos especialidades de almuerzos

- ♦ **Almuerzos Corrientes:** Estos almuerzos se prepararán con los componentes adecuados para una alimentación balanceada, según el artículo publicado en alimentacion.com el porcentaje alimenticio de un almuerzo normal ofrece entre 1.500 y 1.600 calorías al día que corresponden al 65% del total de las calorías que un individuo debe ingerir (2.700 calorías) para lograr este porcentaje es necesario combinar estratégicamente todos los alimentos ofreciendo los principales componentes como son: carbohidratos, proteínas y grasas, Cada día se ofrecerá un menú especial mediante la carta del día. (Ver Anexo B). En esta especialidad se ofrecerá el plato media porción.

Figura 3. Presentación del almuerzo corriente



- ❖ **Almuerzos a la carta:** Para esta clase de almuerzos se utilizará las recetas especiales como pastas, arroces, carnes, tipos de papas, y alimentos rellenos en general que mediante la carta de menú se ofrecerán todos los días estos alimentos serán avalados por la nutricionista con el fin de que las combinaciones en cada plato no sobrepase las 1.600 calorías diarias necesarias en el individuo. (Ver anexo C)

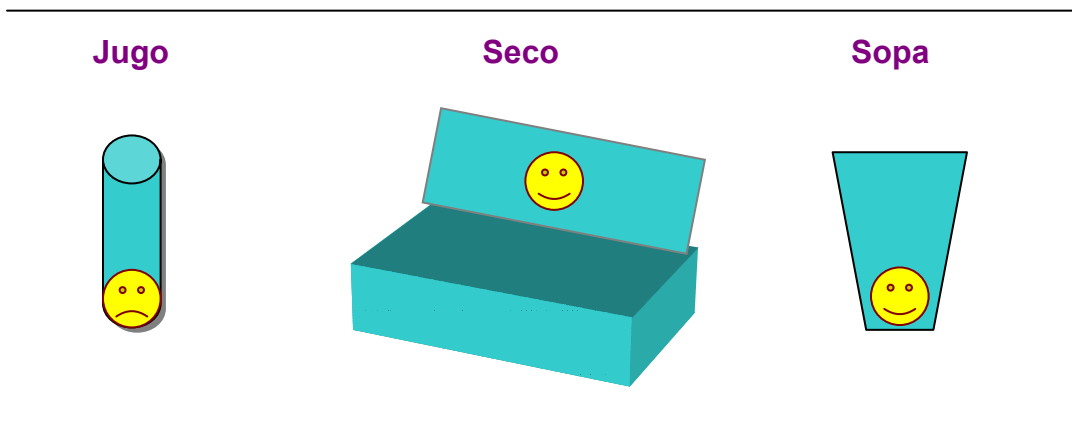
Figura 4. Presentación almuerzos a la carta



- ❖ Bebidas. Se utilizarán bebidas como jugos naturales y líquidos envasados en botella y lata.
- ❖ Postres para cada almuerzo se ofrecerá un postre preparado a base de dulces, quesos y frutas.

EMPAQUE El empaque se utilizará para los servicios a domicilio y cuando un cliente que visite el restaurante lo requiera; su material será de Icopor. El empaque comprende bandeja para seco, cuchara, cubierto y cuchillo desechable y recipiente para sopa. Para el caso de las bebidas se enviarán en el mismo recipiente con el que vienen por parte del proveedor o vasos desechables.

Figura 5. Empaque para el servicio a domicilio



ICOPOR. (Poliestireno) El poliestireno, conocido popularmente con el nombre de *Icopor*, es un polímero vinílico, resultado de la polimerización del estireno monómero. Se usan especialmente para la protección del calor o frío de determinada superficie. Su uso se inició en los Estados Unidos en el año de 1938. El icopor tiene algunas características como baja resistencia al impacto y es muy liviano y permite ser procesado en un amplio rango de temperaturas.

Entre la gran cantidad de aplicaciones se encuentran los artículos para empaque, vasos, platos y cubiertos desechables, carcazas para radios, televisores, computadoras, muebles, sanitarios, juguetes, etc.

Se dispondrá además de vajillas de loza para ofrecer el servicio en el restaurante y empaque de icopor para seco y sopa en los casos de que el alimento se deba desplazar a otro lugar, también se dispondrá de cristalería para las bebidas acompañantes de los alimentos.

DOTACION: Toda la dotación que se utilizará estará acorde con las normas de calidad establecidas para desarrollar la actividad y desempeñar las funciones de cada uno de los colaboradores cómodamente y con la presentación adecuada. El vestido de dotación comprende:

Hombres de cocina: Pantalón camisa y delantal amarillo - gorro de cabello amarillo y zapatos blancos.

Mujeres de cocina: Vestido blanco delantal amarillo, gorro de cabello amarillo y zapatos y medias blancas

Jefe de bodega: Pantalón y camisa blanco delantal amarillo, gorro de cabello amarillo y cabello blanco

Meseros: Pantalón azul oscuro, camisa azul clara, zapatos negros, vayetilla de limpiar amarilla, prendedor de carita feliz color amarilla y delantal de manos amarillo.

En las instalaciones y más específicamente en las mesas se utilizará manteles color blanco y amarillo para dar elegancia a las instalaciones, también se utilizarán individuales de tela color blanco para uso de los clientes.

Horario: El horario de atención será de lunes a sábado de 6:00 a.m. a 4:00 p.m. esta jornada se modificará de acuerdo a las necesidades.

Los domingos y festivos el restaurante no se abrirá al público ya que la zona industrial en los fines de semana son muy pocos los empleados que se encuentran en las empresas.

2.2.2 Productos sustitutos. Los productos sustitutos que ofrecerá el restaurante se pueden clasificar como propios, las comidas rápidas y sustitutos de la competencia las ensaladas de frutas y jugos de fruta natural.

Figura 6. Presentación productos sustitutos



2.2.3 Productos complementarios. El restaurante ofrecerá productos complementarios como el servicio de cafetería.

2.2.4 Atributos diferenciadores del servicio. El restaurante a diferencia de la competencia se encontrará en un sitio adecuado dentro de un local en excelentes condiciones y con el mobiliario necesario, también desarrollará su actividad bajo todas las normas ambientales y de higiene requeridas. Además se encuentra ubicado en un lugar estratégico para facilitar su desplazamiento desde todas las empresas de la zona.

Para la elaboración de toda clase de comidas se tendrá una nutricionista la cual avalará todos los ingredientes para la elaboración de los alimentos logrando el balanceo requerido para cada plato.

También se ofrecerán condiciones de pagos excelentes para todos los demandantes del servicio, esto permite la comodidad económica de todas las personas mediante pago quincenal descontable de su nómina según el convenio que se realizará con el fondo de empleados de cada compañía.

El restaurante prestará el servicio a domicilio para las ocasiones que las personas no puedan salir de las empresas mediante CALL CENTER.

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado Potencial. El mercado de este proyecto va dirigido a todos los trabajadores, habitantes y visitantes de la zona Industrial de Chimitá en el municipio de Girón que requieren el servicio de restaurante.

2.3.2. Mercado Objetivo. El mercado objetivo va dirigido a todos los trabajadores que requieren el servicio de restaurante en la zona industrial de Chimitá.

2.4 LA DEMANDA

2.4.1 Investigación de mercados.

2.4.1.1 Planteamiento del problema. En este estudio se plantea la necesidad de realizar un estudio de mercados para saber si existe una población demandante del servicio a ofrecer que justifique el montaje del restaurante en la zona industrial de Chimitá en el municipio de Girón. analizando, identificando, caracterizando y cuantificando la demanda del proyecto, teniendo en cuenta las condiciones actuales en que se encuentra el sector.

Por lo anterior se ofrecerá un portafolio de productos combinando los platos típicos y poniendo a disposición de los visitantes las diferentes bebidas acompañantes.

2.4.1.2 Necesidades de Información

- Identificar la alimentación de los estratos que utilizarán el servicio. La investigadora realizará una encuesta a los trabajadores que asisten a los establecimientos de comidas para saber con exactitud sus gustos y determinar cuales son los alimentos más consumibles y los que tienen demanda.
- Describir el producto con las condiciones adecuadas de calidad este item se determinará mediante los resultados de las encuestas anteriormente mencionadas.

- Identificar y cuantificar la demanda insatisfecha: la encuestadora analizará este resultado mediante la encuesta realizada a cada uno de los trabajadores del sector.
- Buscar estrategias de mercados; Estas se refieren principalmente a la distribución, promoción, publicidad y precio del servicio mediante las encuestas a realizar y así analizar el desempeño de cada componente para determinar el tipo de servicio a ofrecer.
- Describir el producto a ofrecer Descripción del producto: este ítem se determinará mediante los resultados de las encuestas anteriormente mencionadas.

2.4.1.3 Ficha técnica. Para la elaboración de la ficha técnica se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

- ✓ **Tamaño de la muestra:** El instrumento utilizado para la recolección de información es la encuesta dirigida a los trabajadores y las entrevistas realizadas a directivos de las empresas.
- ✓ **Tipo de muestreo.** Para hallar el número de encuestas a realizar se aplicará el muestreo aleatorio simple.

MUESTREO ALEATORIO SIMPLE: Es aquel proceso mediante el cual se selecciona una muestra de un universo (N), y cada elemento de la muestra tiene la misma probabilidad de ser seleccionado.

- ✓ **Definición de la población:** Para determinar la muestra n se tendrán en cuenta la cantidad de trabajadores por empresa que existen actualmente en la zona industrial de Chimitá y que se detallan a continuación.

Cuadro 3. Relación de número de empleados por turnos y por empresa.

NOMBRE DE EMPRESA	TURNOS DE TRABAJO	No. DE EMPLEADOS
INDUSTRIAS WONDER (Liquidación)	1	56
ALIMENTOS POLAR S.A	1	50
GANASAL	1	20
FABER CLASS	3	75
SERVICARGO	2	20
TESICOL	2	285
SOYA	3	198
SANTANDEREANA DE ACEITES	3	193
SANDESOL (QUEMA DE RESTOS HUMANOS)	1	20
LIDERTIENDAS DISTRIBUCIONES	1	182
SUCURSAL TERPEL	3	73
ANDINA DE GAS	3	95
ALIMENTOS CONCENTRADOS	3	20
AVIDESA MACPOLLO	3	250
PARQUE INDUSTRIAL. Aquí se encuentra:		
MEGABANCO	1	8
ALMACAFE	2	25
CONFITECOL	1	20
NOEL-ZENU	2	50
VIDRIOS VITELSA	1	10
BOMBEROS	3	25
FRESKALECHE	3	136
DELILECHE	3	60
CENTRO ABASTOS		
MARROQUINERIA Y ZAPATERIA	1	50
BODEGAS (12)CVCADA UNA TIENE 30 LOCALES	2	600
PLAZA DE MERCADO MINORISTA	1	50
PLAZA MERCADO MAYORISTAS	1	35
PEQUEÑOS RESTAURANTE (2)	1	10
BANCOLOMBIA	1	10
BANCO CAFETERO	1	10
AVISIN	3	50
ENCUBADORA SANTANDER	3	136
LECHESAN	3	450
RAMBAL	3	275
EMPAQUES HERNANDEZ	2	73
TALLERES DE MOTOS Y CARROS (10)	1	50
ESTACIONES DE SERVICIO. (3 con 5 empleados c/u)	3	15
ECOHARINAS	3	145
DISTRICOMER	2	56

Fuente: Información suministrada por los empleados 14 de Agosto de 2004

Total personas que laboran en un turno	=	581
Total personas que laboran en dos turnos	=	1.109
Total personas que laboran en tres turnos	=	<u>2.196</u>
Total trabajadores		3.886

La información anterior se recopiló mediante visita personal a cada una de las organizaciones, esta investigación tuvo limitantes ya que algunas de las empresas como Ecoharinas, Soya, Lechesan, Industrias Wonder no permitieron el paso y los datos fueron suministrados por el empleado de la portería, otra limitante que no permitió obtener información fue que en la Cámara de Comercio no expide este tipo de información, solamente suministra datos a nivel general, por ejemplo empresas productoras, manufactureras o industriales del municipio.

Para el estudio de factibilidad se cuenta con una muestra (N) de 3.886 personas que trabajan en todos los tres turnos. Sin embargo las personas que laboran en dos y tres turnos por lo menos en una oportunidad tendrán horario diurno, por lo tanto:

Total dos turnos	$1.109 / 2 =$	555 personas
Total tres turnos	$2.196 / 3 =$	732 personas
Total un turno	=	581 personas
TOTAL UNIVERSO	=	1.868 personas

- ✓ **Marco muestral.** Está representado por el listado de las empresas más representativas del sector (Véase cuadro 3) conformado por 90 empresas y 3.886 trabajadores laborando en los tres turnos. Para este cálculo se tomaran como universo 1.868 personas.
- ✓ **Cálculo de la muestra.** Las variables que determinaran (n) muestra son las siguientes

N:	Universo y/o población (personas)	1.868
e:	Error de estimación	5%
z:	Valor utilizado en estadística para muestras >30	1.96 = 95%
P:	Probabilidad de fracaso	50%
Q:	Porcentaje de éxito	50%
n	?	

1 - α : Intervalo de confianza

$$Z^2 = (1.96)^2 = 3.8416$$

$$E^2 = (0.05)^2 = 0.025$$

$$n = \frac{N Z^2 p^{\wedge} q^{\wedge}}{Z^2 p^{\wedge} q^{\wedge} + E^2 (N + 1)}$$

$$n = \frac{1.868 * (1.96)^2 * 0.50 * 0.50}{((1.96)^2 0.50 + 0.50) + ((0.05)^2 (1.868+1))}$$

$$n = \frac{1.794}{0.9604 + 4.67} = \frac{1.794}{5.63}$$

$$n = 344 \text{ encuestas}$$

Cuadro 4. Ficha técnica

TITULO DEL PROYECTO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN RESTAURANTE
EN LA ZONA INDUSTRIAL DE CHIMITA

Tipo de investigación	Exploratorio y descriptivo
Método de investigación	Para esta investigación se utilizó el método descriptivo e inductivo, ya que la investigadora diariamente percibe las diferentes situaciones en el sector y puede expresar con propiedad las necesidades que aquejan a los trabajadores de la zona
Fuentes de información	Primarias: encuestas y secundarias se utilizaron los libros, revistas, artículos de prensa.
Técnicas de recolección de información	Encuesta
Instrumento	Cuestionario
Modo de aplicación	Directa
Definición de población	Elemento: Trabajadores Unidad: Empresas
Proceso de muestreo	Muestreo Aleatorio Simple
Marco muestral	Catorce empresas industriales como: Wonder, Tesicol, Soya, Santantederana, Lidertiendas, Terpel, Ecogas, Conglomerado Parque Industrial, Lechesan, Rambal, empaques Hernandez, Talleres de motos y carros, Estaciones de servicio, Districomer.
Alcance	Zona industrial Chimitá en Girón
Tiempo de aplicación	14 de abril de 2004

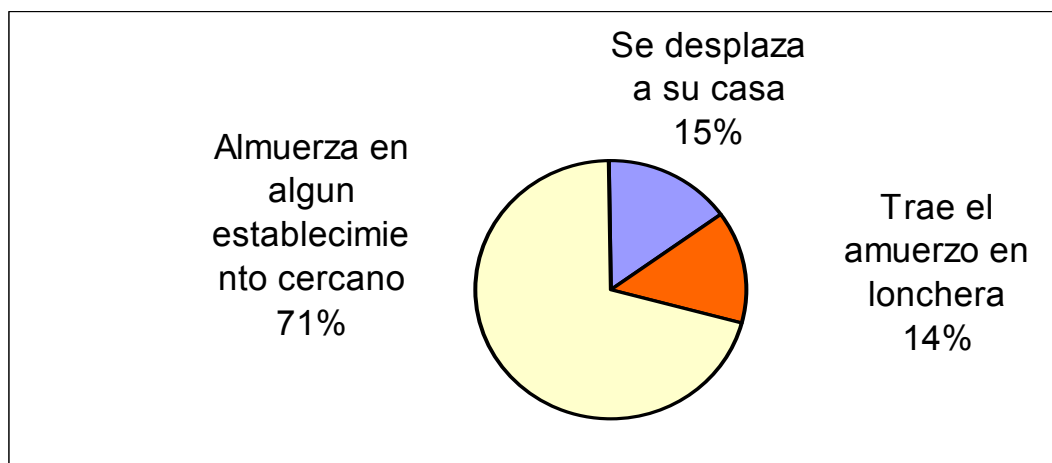
2.4.1.4. Tabulación y presentación y análisis de resultados. A continuación se presentan las tabulaciones y análisis de las encuestas realizadas inicialmente a 344 trabajadores en la zona industrial de Chimitá. (Ver anexo D)

Pregunta 1. ¿USTED EN DONDE ALMUERZA?

Cuadro 5. Sitios en donde almuerza

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Se desplaza a su casa	53	15%
Trae el almuerzo	47	14%
Almuerza en algun establecimiento cercano	244	71%
Total	344	100%

Figura 7. Sitios donde almuerzan



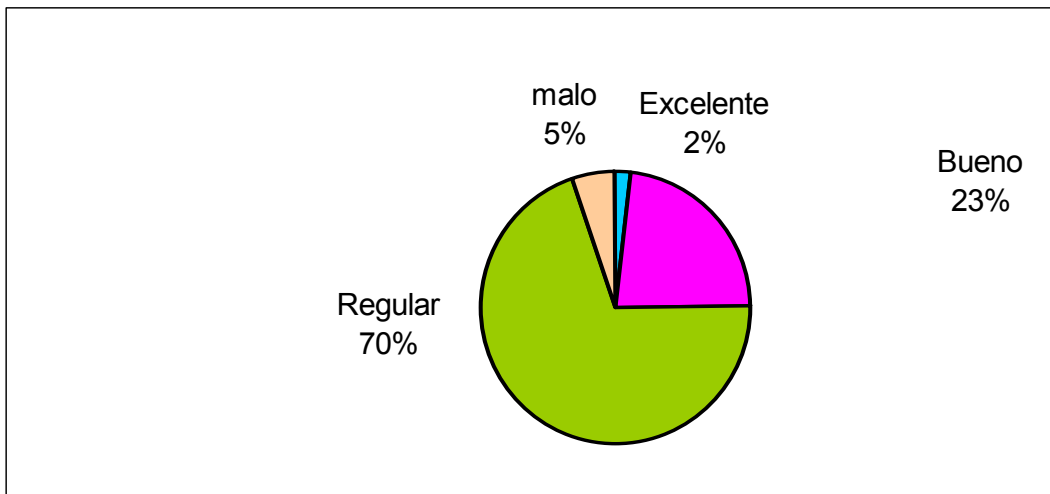
Análisis: Esta tabulación muestra que el proyecto es factible ya que el 71% de las personas encuestadas almuerzan en un establecimiento cercano. Actualmente los lugares que atienden esta demanda son las llamadas CASETAS.

Pregunta 2. ¿SI ALMUERZA EN UN ESTABLECIMIENTO CERCANO COMO EVALUA EL SERVICIO?

Cuadro 6. Evaluación del servicio donde almuerza?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	5	2%
Bueno	56	23%
Regular	170	70%
malo	13	5%
Total	244	100%

Figura 8. Evaluación del servicio del sitio donde almuerza



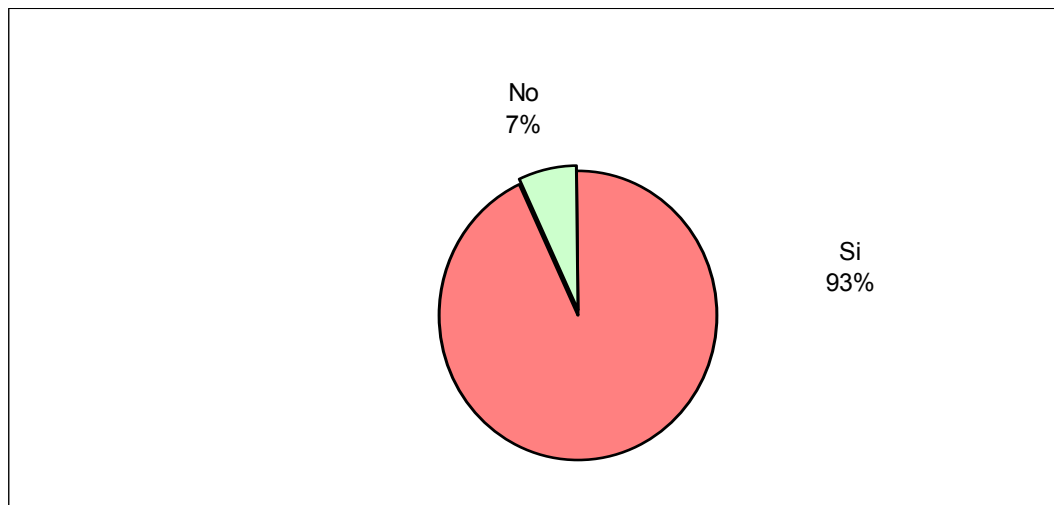
Análisis: De las 244 personas que almuerzan en establecimientos cercanos el 70% calificaron el servicio prestado como regular, seguido del 23% como bueno. 5% malo, y el 2% excelente; Esto significa que los sitios donde almuerzan todas estas personas no cumplen las condiciones adecuadas ni hay variedad en la prestación del servicio.

Pregunta 3. ¿SI SE MONTARA UN RESTAURANTE CASINO EN LA ZONA INDUSTRIAL CERCANO A SU LUGAR DE TRABAJO, PREFERIRIA ESTE SERVICIO?

Cuadro 7. Utilización del servicio

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	320	93%
No	24	7%
Total	344	100%

Figura 9. Utilización del servicio.



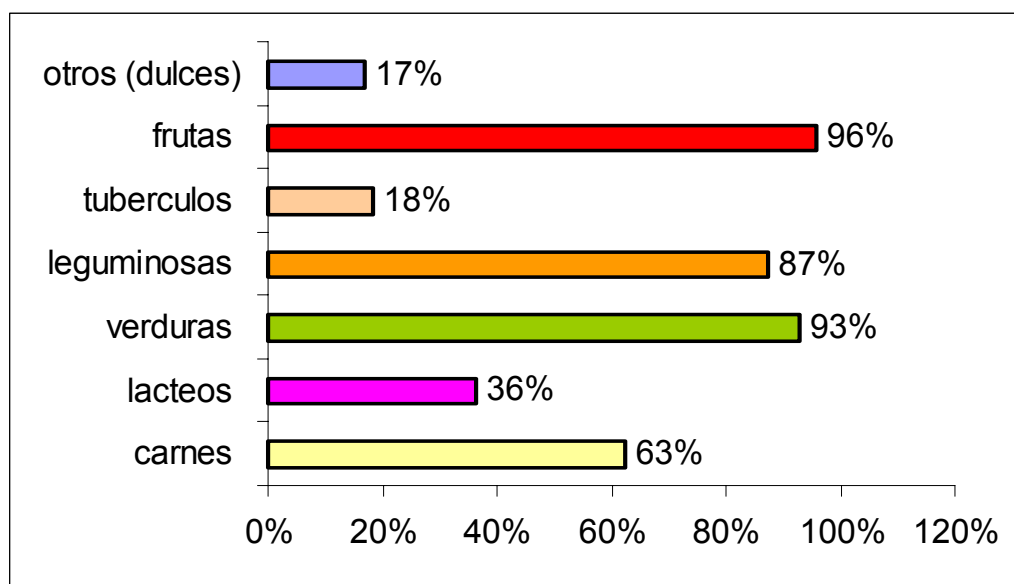
Análisis: El 93% del total de las personas encuestadas dijeron que **SI** utilizarían el servicio de restaurante y solo el 7% dijeron que **NO**, esto significa que la factibilidad de la creación de un restaurante en esta zona es un proyecto viable ya que son diversas las necesidades alimenticias de los trabajadores.

Pregunta 4. ¿CUÁLES SON LOS COMPONENTES EN ALIMENTOS QUE MÁS CONSUME A LA HORA DEL ALMUERZO?

Cuadro 8. Alimentos que más se consumen en el almuerzo

Item	Respuesta	% = a 344 encuestas
carnes	215	63%
lacteos	125	36%
verduras	320	93%
leguminosas	300	87%
tuberculos	63	18%
frutas	329	96%
otros (dulces)	58	17%

Figura 10 Alimentos que más se consumen



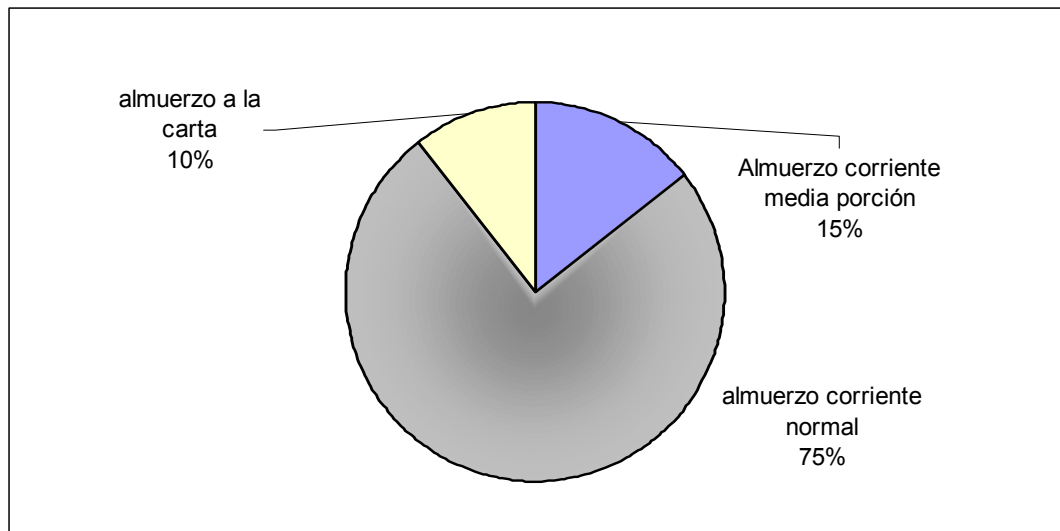
Análisis: De acuerdo a la porcentualidad la mayoría de las personas encuestadas se describe que los alimentos que más consumen son frutas, carnes, verduras y leguminosas, que además son los componentes básicos en la alimentación del medio día.

Pregunta 5 ¿CUÁL SERIA SU ALMUERZO PREFERIDO?

Cuadro 9. Almuerzo preferido

Respuesta	Frecuencia	%
Almuerzo corriente media porción	50	15%
Almuerzo corriente normal	258	75%
Almuerzo a la carta	36	10%
Total	344	100%

Figura 11. Almuerzo preferido



Análisis: Como se puede observar de acuerdo a la opinión de la población tomada de las encuestas el 75% consume almuerzos corrientes

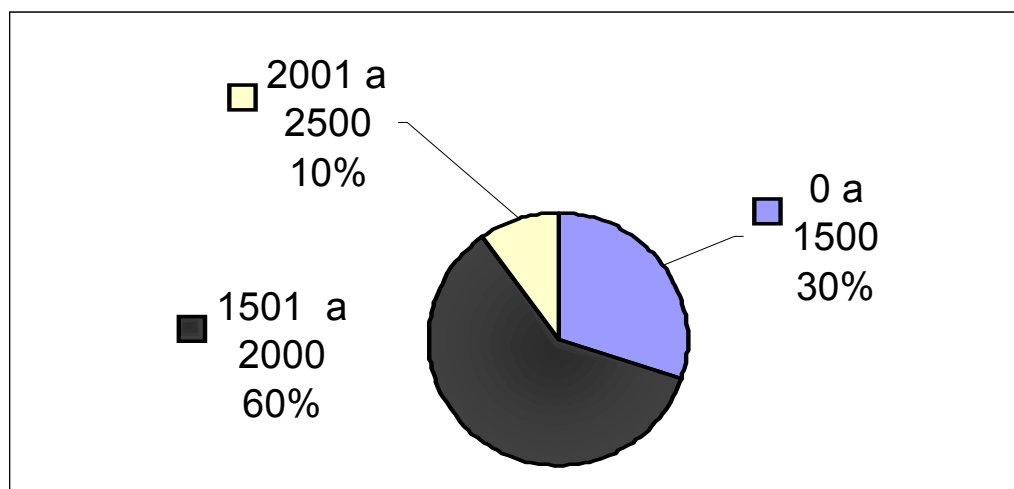
Pregunta 6. ¿CUÁL ES EL PRECIO QUE USTED ESTARIA DISPUESTO A PAGAR?

a. ALMUERZO MEDIA PORCION

Cuadro 10. Precios que pagarían por el almuerzo media porción

Item	Frecuencia	%	Marca clase	precio promedio
0 a 1500	15	30%	750,00	225,00
1501 a 2000	30	60%	1.750,50	1.050,30
2001 a 2500	5	10%	2.250,50	225,05
Total	50	100%		1.500,35

Figura 12. Precios que pagarían por el almuerzo media porción



Análisis: El precio promedio por el almuerzo media porción según la tabulación de las encuestas sería \$1.500, valor que resultó de las respuestas de 50 personas que prefieren dicho almuerzo.

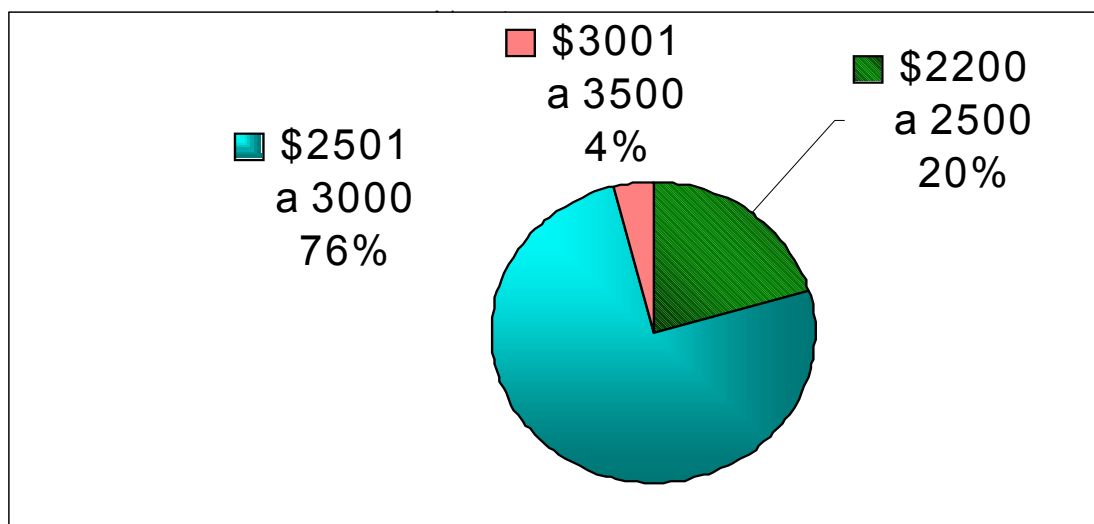
b. ALMUERZO NORMAL

Cuadro 11. Precios que pagarían por el almuerzo normal

Item	Frecuencia	%	Marca de clase	precio promedio
\$2200 a 2500	53	20%	2.350,00	470,00
\$2501 a 3000	195	76%	2.750,50	2.078,87
\$3001 a 3500	10	4%	3.250,50	130,02
Total	258	100%		2.678,89

Figura 13. Precios que pagarían por el almuerzo normal

Análisis: El 76% de 258 personas que gustan de esta clase de almuerzo



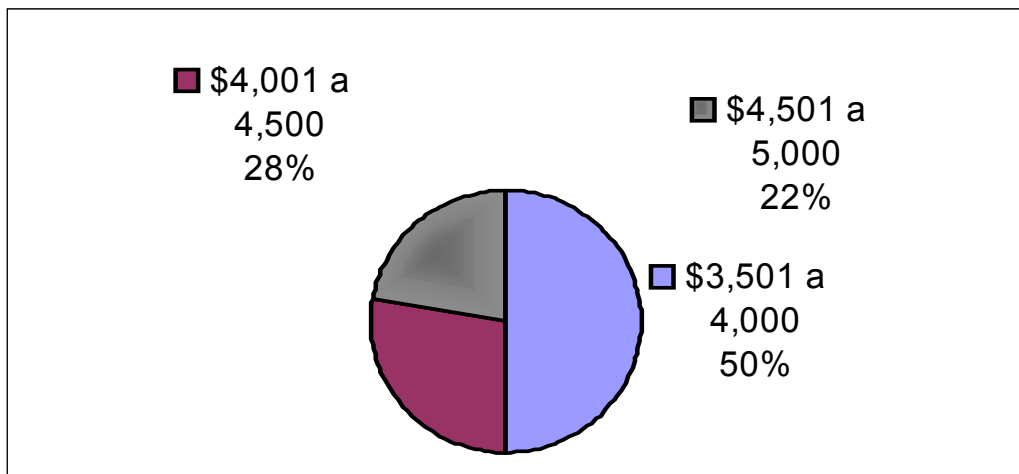
pagarían entre \$2501 y \$3000, el 20% pagaría entre \$2.200 y \$2.500 y solamente el 4% pagaría entre \$3001 a \$3500, el precio promedio de esta especialidad de almuerzos es \$2.679, esto demuestra que la mayoría de personas encuestadas cuentan solamente con \$80.000 mensuales para el servicio de alimentación utilizando el 22% del SMLV.

c. ALMUERZO A LA CARTA

Cuadro 12. Precios que pagarían por el almuerzo a carta

Item	Frecuencia	%	Marca de clase	precio promedio
\$3,501 a 4,000	18	50%	3.750,50	1.875,25
\$4,001 a 4,500	10	28%	4.250,50	1.180,69
\$4,501 a 5,000	8	22%	4.750,50	1.055,67
Total	36	100%		4.111,61

Figura 14. Precios que pagarían por el almuerzo a la carta.



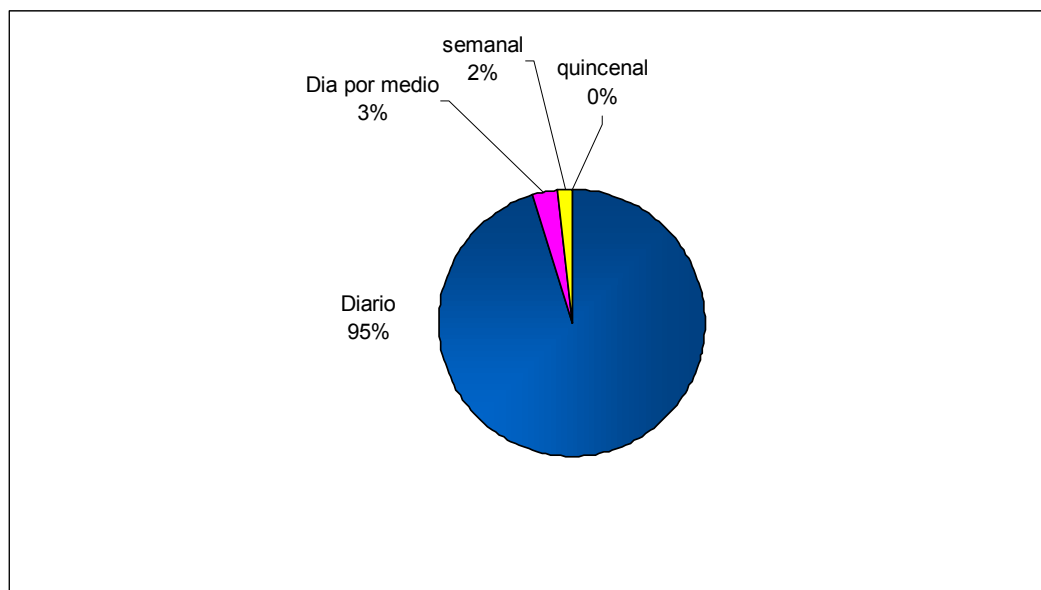
Análisis: De 36 personas encuestadas 18 pagarían entre \$3.501 y \$4.000 por el almuerzo a la carta, el 50% de la población posee capacidad económica para cancelar \$4.111 por un almuerzo a la carta.

Pregunta .7 ¿CON QUÉ FRECUENCIA UTILIZARÍA EL SERVICIO DE RESTAURANTE PARA ALMORZAR?

Cuadro 13. frecuencia para almorzar

Respuesta	Dia/semana	Frecuencia	Porcentaje	Dias promedio por semana
Diario	6	303	95%	5,70
Dia por medio	3	11	3%	0,09
Semanal	1	6	2%	0,02
Quincenal		0	0%	0,00
Mensual		0	0%	0,00
Total		320	100%	5,81

Figura 15. Frecuencia para almorzar



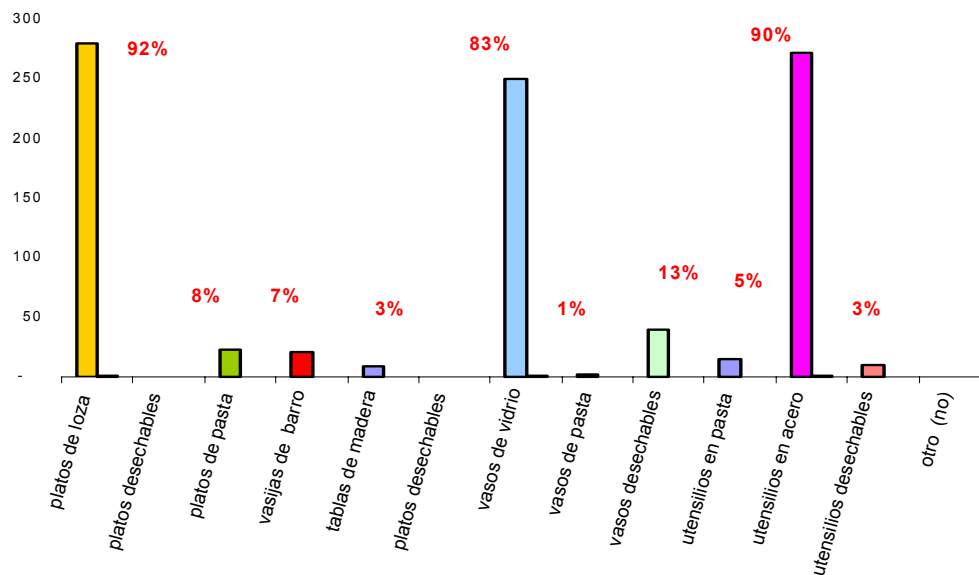
Análisis Como se observa en la tabulación el servicio de restaurante se utilizaría en 5.81 días promedio a la semana, resaltando que el 95% de 320 personas lo utilizarían diariamente. Y el 3% se utilizarían tres días a la semana., esto demuestra la acogida que tendrán los servicios de restaurante.

Pregunta 8. EN QUE TIPO DE IMPLEMENTOS LE GUSTARIA RECIBIR EL ALMUERZO?

Cuadro 14. Implementos para ofrecer el servicio

Item	Respuesta	% = 320 encuestas
platos de loza	280	88 %
platos desechables	0	0 %
platos de pasta	23	7 %
vasijas de barro	21	7 %
tablas de madera	9	3 %
desechables	0	0 %
vasos de vidrio	250	78 %
vasos de pasta	2	1 %
vasos desechables	40	13 %
utensilios en pasta	15	5 %
utensilios en acero	272	85 %
desechables	10	3 %

Figura 16. Utensilios para el servicio



Análisis: Para analizar esta gráfica es importante resaltar que la pregunta se realizó a las 344 personas, ya que no se descartó la posibilidad de todas utilizaran el servicio. Por lo tanto la sumatoria de preferencias será mayor a las 320 personas que fueron las que dijeron que **SI** lo utilizarían. También se puede observar que tienen preferencia simultanea en la utilización de implementos de los cuales se destacan. Los platos de loza, vasos de vidrio y

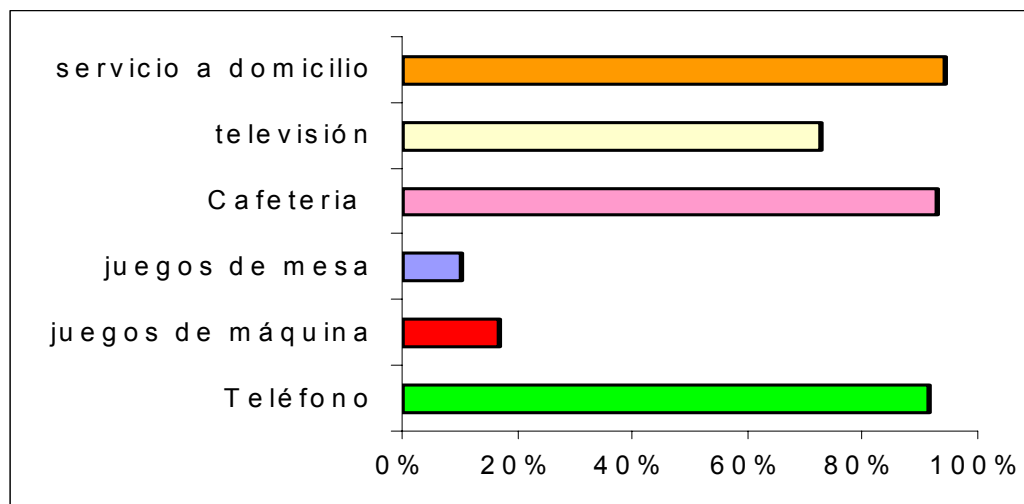
utensilios de acero. Estos elementos son los más utilizados y cómodos para el consumo de alimentos.

Pregunta 9. ¿QUÉ SERVICIOS ADICIONALES LE GUSTARÍA QUE EXISTIERA EN EL RESTAURANTE?

Cuadro 15 Servicios adicionales en el restaurante

Item	Respuesta	% = a 344 encuestas
Teléfono	315	92%
Juegos de máquina	58	17%
Juegos de mesa	36	10%
Cafetería	320	93%
Televisión	250	73%
Servicio a domicilio	320	93%

Figura 17 Servicios adicionales en el restaurante



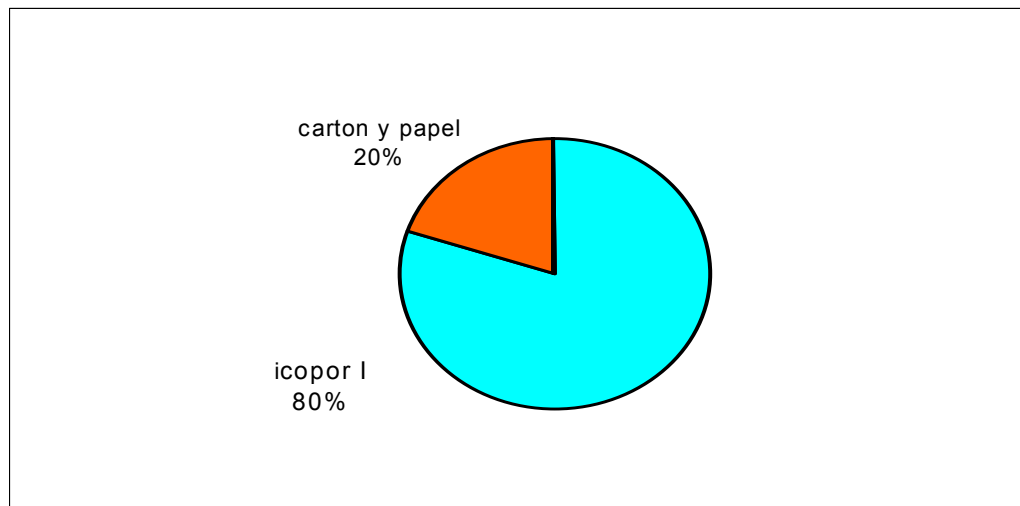
Análisis: Esta pregunta se le hizo a 344 personas, algunas de ellas, utilizarían el servicio a domicilio y a su vez el de cafetería. Estos dos servicios adicionales fueron los más accequibles a los trabajadores con un 93% respectivamente. De acuerdo a las respuestas, 320 utilizarían el servicio a domicilio siempre y cuando se llegase a presentar inconvenientes en la salida de las instalaciones. De lo contrario visitarían el lugar.

Pregunta 10 ¿EN QUÉ TIPO DE EMPAQUE LE GUSTARIA RECIBIR EL ALMUERZO A DOMICILIO

Cuadro 16. Embalaje del servicio a domicilio

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Embalaje en Icopor	256	80%
carton y papel	64	20%
loza	0	0%
otro	0	0%
Total	320	100%

Figura 18. Embalaje servicio a Domicilio



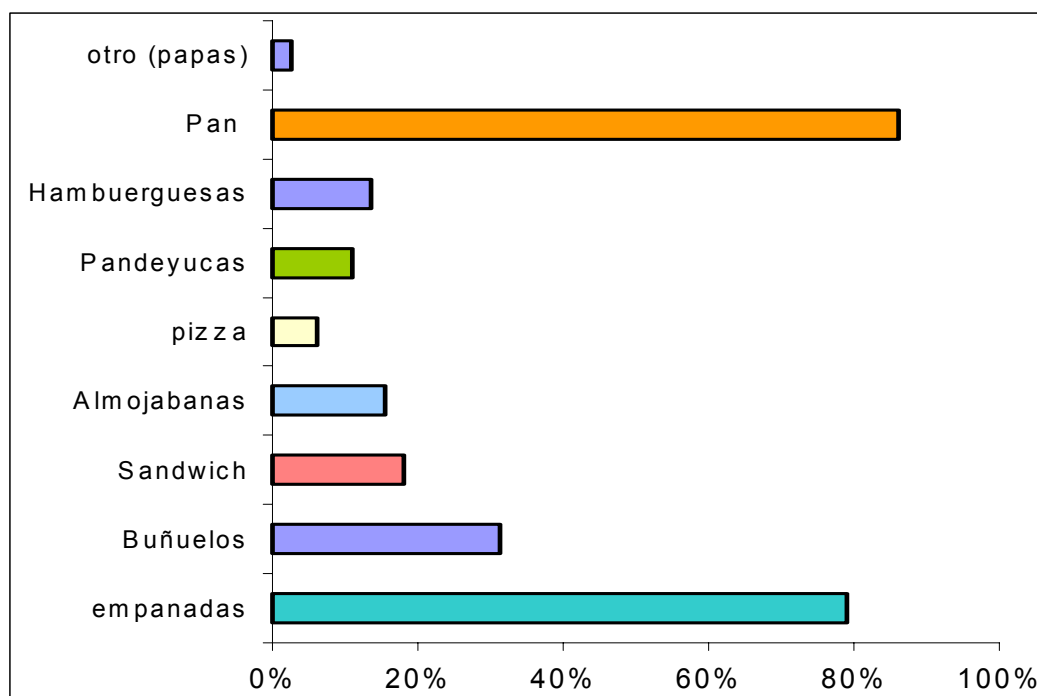
Análisis: En la gráfica se refleja que de los 320 usuarios del servicio a domicilio el 80% prefiere icopor el otro 20% empaque de cartón y papel.

Pregunta 11 ¿CUÁLES SON LOS ALIMENTOS DEL SERVICIO DE CAFETERIA QUE MÁS CONSUME?

Cuadro 17 Alimentos de cafetería que más consumen

Alimento	Respuesta	% = a 320 Rptas.
empanadas	253	79%
Buñuelos	100	31%
Sandwich	58	18%
Almojabanas	50	16%
pizza	20	6%
Pandeyucas	35	11%
Hamburguesas	43	13%
Pan	276	86%
otro (papas)	8	3%

Figura 19. Alimentos de cafetería que más consumen



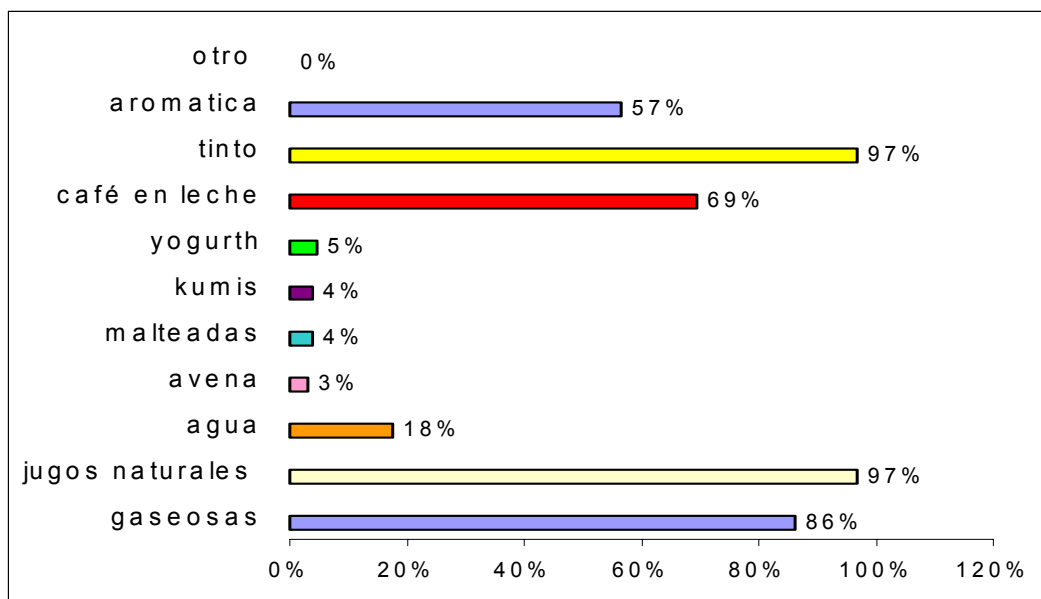
Análisis: De acuerdo con los resultados tabulados el alimento de cafetería que más consume son el pan y las empanadas.

b. ¿ Y DE BEBIDA ACOMPAÑANTE CUAL?

Cuadro 18. Bebida acompañante en el servicio de cafetería

Item	Respuesta	% = a 320 respuestas
gaseosas	276	86%
jugos naturales	310	97%
agua	56	18%
avena	10	3%
malteadas	12	4%
kumis	12	4%
yogurth	15	5%
café en leche	222	69%
tinto	310	97%
aromatica	181	57%
otro	0	0%

Figura 20 Bebida acompañante



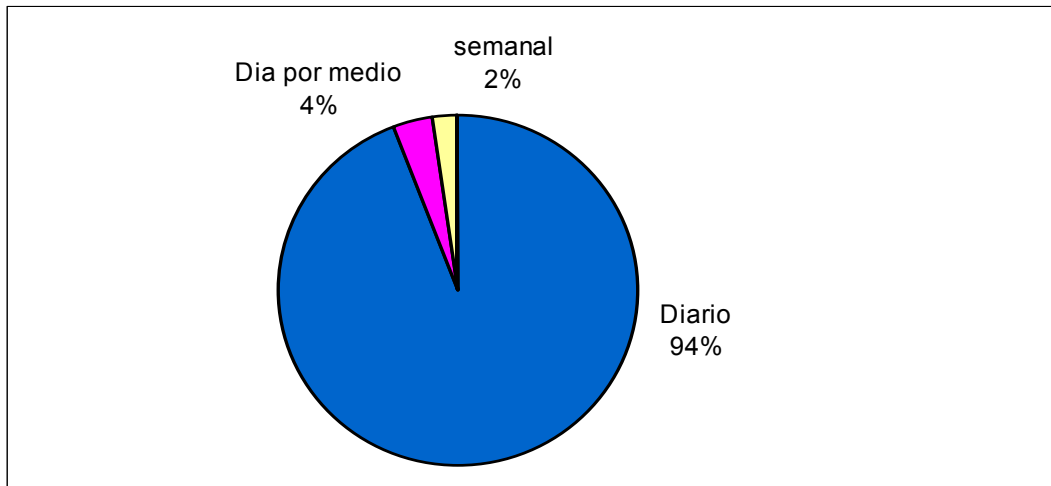
Análisis: De acuerdo con los resultados tabulados los alimentos de cafetería que más se consume son el pan, las empanadas y productos de greca como el tinto.

Pregunta 12. ¿CON QUÉ FRECUENCIA UTILIZARÍA EL SERVICIO DE CAFETERIA?

Cuadro 19. Frecuencia para servicio de cafetería

Respuesta	días	Frecuencia	Porcentaje	dia promedio
Diario	6	301	94%	5,64
Dia por medio	3	12	4%	0,11
semanal	1	7	2%	0,02
quincenal	0	0	0%	0,00
mensual	0	0	0%	0,00
otro (no)	0	0	0%	0,00
Total		320	100%	5,78

Figura 21. Frecuencia en utilizar el servicio de cafetería



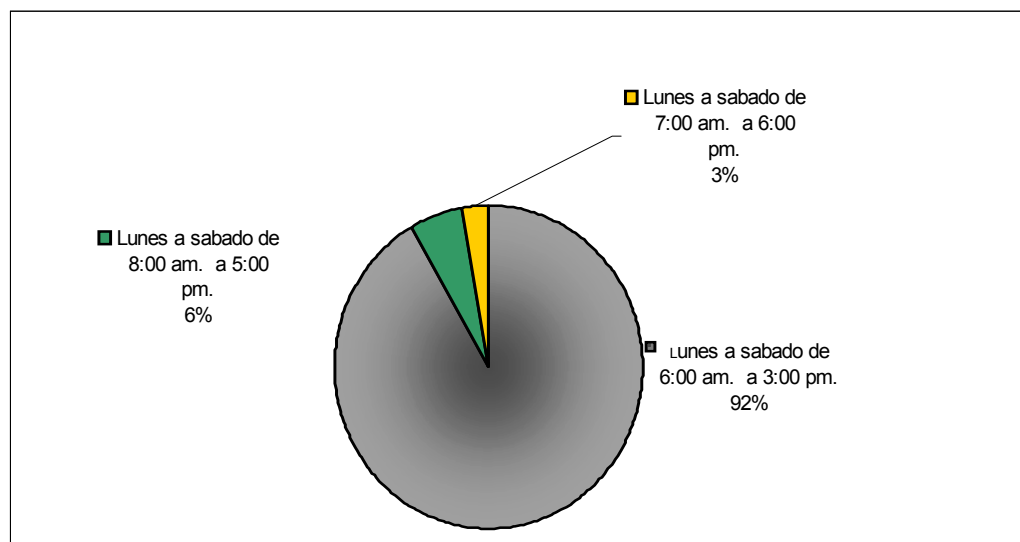
Análisis Aquí se utilizaría el servicio de cafetería diariamente en un 94%, A pesar de los bajos ingresos de la población encuestada, Para ellos es necesario consumir refrigerios entre las 9:00 y 10:00 a.m. y de 3: 00 a 5:00 p.m., ya que las jornadas parecen más extensas y el clima cálido aumenta el apetito. Otro comentario durante las encuestas, es que en los turnos nocturnos es poco el consumo de refrigerios ya que la mayoría de personas llegan a laborar cuando han consumido alimento (comida o cena).

Pregunta 13. ¿EN QUÉ HORARIO DE ATENCION LE GUSTARIA RECIBIR LOS SERVICIOS?

Cuadro 20. Horario de atención

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Lunes a sabado de 6:00 am A 3:00 pm	293	92%
Lunes a sabado de 8:00 am A 5:00 pm	18	6%
Lunes a sabado de 7:00 am A 6:00 pm	9	3%
Total	320	100%

Figura 22. Horario de atención



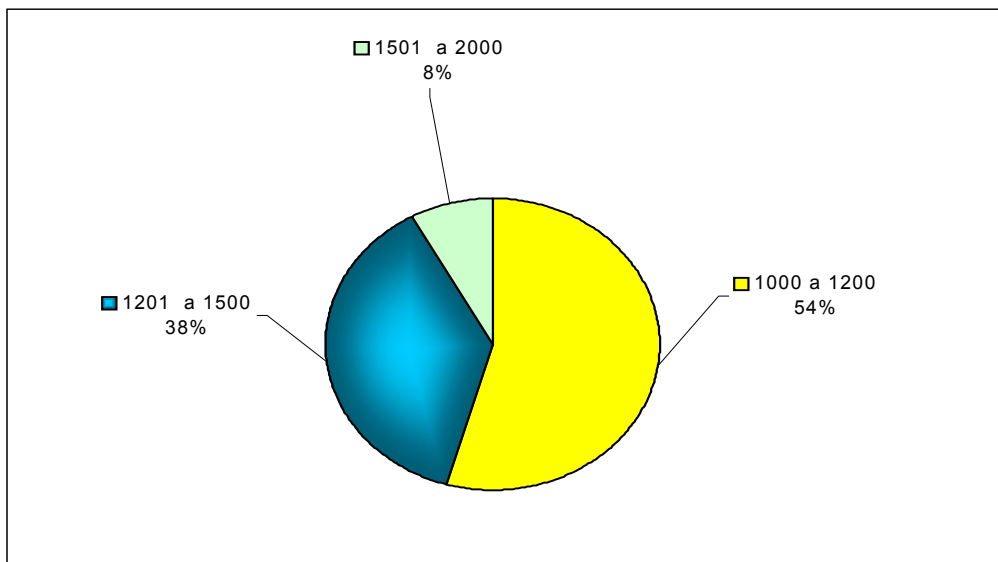
Análisis: Debido a que en el sector existen muchas empresas productoras con los tres turnos laborales y de acuerdo al resultado de la encuesta, el horario preferido para ofrecer los servicios es de 6:00 a 3:00pm de lunes a sábado, en estas jornadas los trabajadores se benefician porque pueden consumir entrecomidas o lo que comúnmente se llama, media o lonchera en la mañana y el tinto o el postre en la tarde después del almuerzo.

Pregunta 14. ¿CUÁL SERIA SU PRESUPUESTO DIARIO PARA EL SERVICIO DE CAFETERIA?

Cuadro 21. Presupuesto para el servicio de cafetería

Respuesta \$	no.personas	Porcentaje	Marca de clase	Precio promedio
\$1000 a 1200	174	54%	1.100,00	598,13
\$1201 a 1500	120	38%	1.350,50	506,44
\$1501 a 2000	26	8%	1.750,50	142,23
Total	320	100%		1.246,79

Figura 23 Presupuesto para el servicio de cafetería



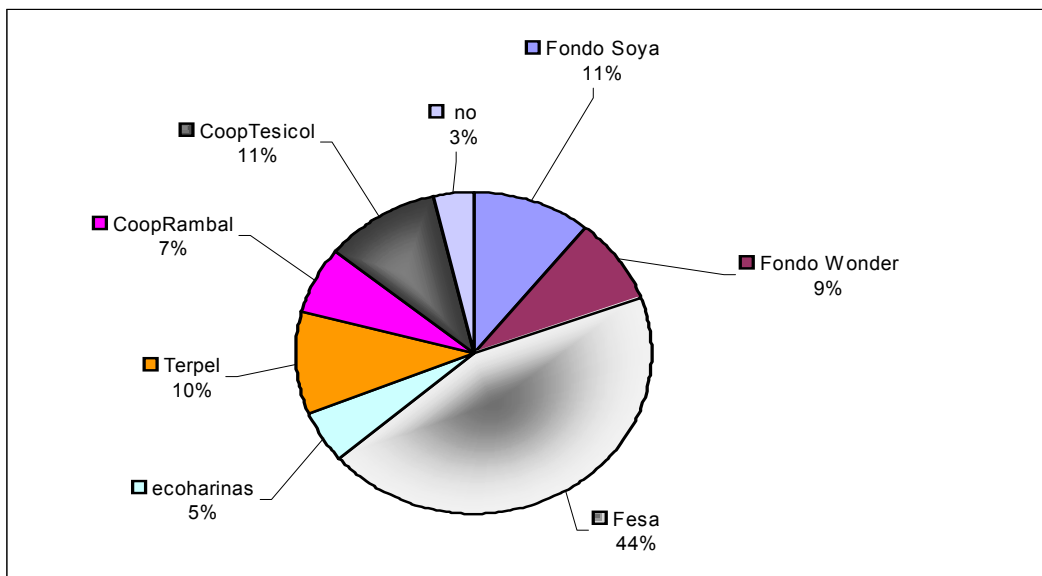
Análisis: De acuerdo a la gráfica se muestra que el presupuesto más relevante en las 320 personas encuestadas es en promedio de \$1.246.79 diarios para el servicio de cafetería. Es de resaltar que la mayoría de los trabajadores de este sector son hombres y de acuerdo a su condición física el consumo diario de cafetería se totalizaría en \$30.000 mensuales que corresponden al 5% del salario mínimo. Esto genera una disminución considerable en sus ingresos pero según sus comentarios el cuerpo debe estar acorde con su mente para laborar bien y con ánimo.

Pregunta 15. ¿EN SU EMPRESA HAY FONDOS DE EMPLEADOS?

Cuadro 22. Fondos de empleados de las empresas de la zona de Chimitá

Respuesta	no.personas	Porcentaje
Fondo Soya	37	11%
Fondo Wonder	30	9%
Fesa	152	44%
Fondo Ecoharinas	18	5%
Fondo Terpel	35	10%
CoopRambal	23	7%
CoopTesimal	37	11%
no	12	3%
Total	344	100%

Figura 24. Fondos de empleados de las empresas de la zona



Análisis: De acuerdo a la tabulación anterior la gráfica muestra que solamente el 3% de las personas encuestadas no están vinculadas a un fondo de empleados, Estas estadísticas le permiten al Gestor del proyecto buscar estrategias de negocios y convenios comerciales con las empresas

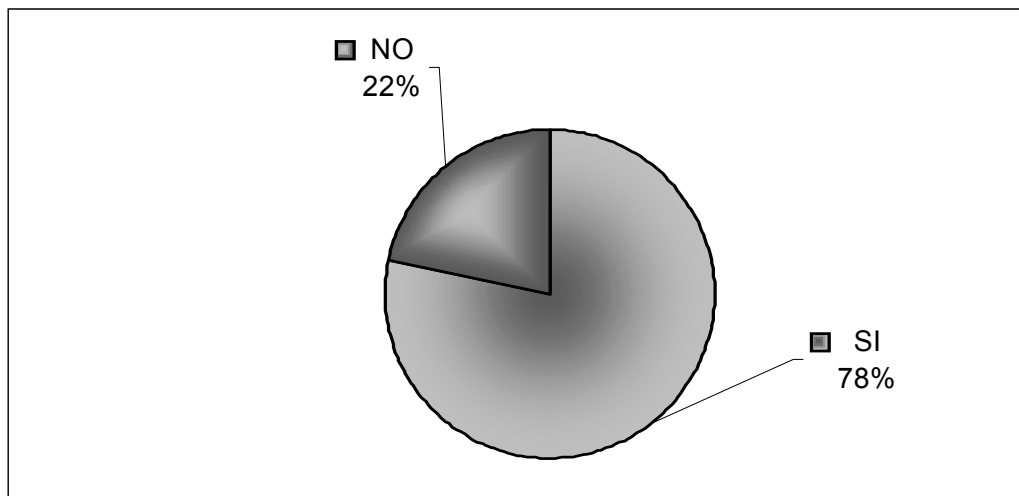
que poseen fondos para facilitar el pago del servicio y lograr posiblemente el incremento de demanda.

Pregunta 16. ¿LE CONVIENE QUE LE DESCUENTEN POR NOMINA QUINCENALMENTE EL VALOR DEL SERVICIO DE RESTAURANTE?

Cuadro 23. Descuento por nomina

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	251	78%
NO	69	22%
Total	320	100%

Figura 25. Descuento por nómina



Análisis: De acuerdo a la tabulación anterior la gráfica muestra que 69 personas es decir el 22% de las personas de las 320 personas encuestadas no están de acuerdo con el descuento por nómina quincenal, prefieren pagar por caja diariamente, el otro 78% si está de acuerdo con el descuento por nómina, para lo cual el Restaurante tendría que hacer algunos acuerdos de tramitología y beneficios para las dos partes.

2.4.2 Estimación de la demanda. Se calcula teniendo en cuenta la tabulación de las 344 encuestas con los productos mas solicitados por los trabajadores de las empresas de la zona. Para hallar la demanda se utilizará el método de extrapolación. Aquí solamente se tomará un turno de trabajo desde las 6:00 a. m. A 2:00 p.m. así:

Total dos turnos	$1.109 / 2 = 555$	personas
Total tres turnos	$2.196 / 3 = 732$	personas
Total un turno	$= 581$	personas
Total Universo	= 1.868	personas

La población que labora en dos y tres turnos tendrá por lo menos una oportunidad para utilizar el servicio de restaurante; por esta razón el total de la población se divide en 2 y 3 veces respectivamente con el fin de obtener exactamente cuántas personas visitarían el restaurante. Para solicitar el servicio de almuerzo.

2.4.2.1 Estimación para el servicio de restaurante. De acuerdo al resultado anterior se hallará el porcentaje por frecuencia de visita teniendo en cuenta los resultados de la tabulación del cuadro 13

Cuadro 24. Frecuencia de visita

FRECUENCIA	% PART.	# PERSONAS
Diariamente	95%	1.774
Día por medio	3%	56
Semanal	2%	37
TOTALES		1.868

Ahora se hallará la estimación de la demanda por cada especialidad y frecuencia.

Se aplica regla de tres simple para hallar almuerzos diarios

$$\begin{array}{r} 344 \text{ -----} 303 \\ 1.774 \text{ -----} \quad X \quad == \quad 1.562 \text{ almuerzos diarios} \end{array}$$

Se debe hallar la cantidad de almuerzos por semana teniendo en cuenta la respuesta anterior

$$1.562 \text{ Almuerzos diarios} \times 5.81 \text{ días a la semana (ver cuadro 13)} \\ = 9.078 \text{ almuerzos semanales}$$

Ahora se halla el número de almuerzos por año

$$9.078 \text{ alm./sem.} \times 4 \text{ sem/mes} \times 12 \text{ mes/año} = 435.768 \text{ almuerzos/año.}$$

De acuerdo a los resultados anteriores se demandarían 435.768 almuerzos al año.

Se realiza la misma operación para los almuerzos semanales

Se aplica regla de tres simple para hallar almuerzos día por medio veces por semana

$$\begin{array}{r} 344 \text{ -----} 11 \\ 56 \text{ -----} \quad X \quad == \quad 1.8 \text{ almuerzos} \end{array}$$

Se halla la cantidad de almuerzos por semana teniendo en cuenta la respuesta anterior

$$1.8 \text{ Almuerzos} \times 3 \text{ días a la semana} \\ = 5 \text{ almuerzos semanales}$$

Ahora se halla el número de almuerzos por año

$$5^{\text{a}} \text{Im. ./sem.} \times 4 \text{ sem/mes} \times 12 \text{ mes/año} = \\ 259 \text{ almuerzos/año.}$$

De acuerdo a los resultados anteriores se demandarían 192 almuerzos al año.

La misma operación se hace para la frecuencia almuerzo por semana

Se aplica regla de tres simple para hallar almuerzos diarios

$$344 \text{ ----- } 6$$

$$37 \text{ ----- } X \quad == \quad 0.65 \text{ almuerzos a la semana}$$

$$0.5 \text{ Almuerzos} \times 4 \text{ semanas}$$

$$= 2 \text{ almuerzos al mes} = 31 \text{ almuerzos/año.}$$

Cuadro 25. Distribución de la frecuencia.

FRECUENCIA	# ALM./AÑO
Diariamente	435.768
Día por medio	259
Semanal 5 32	31
TOTAL ALMUERZOS AL AÑO	436.058

El total de almuerzos sería = 435.768 + 259 + 31 = 436.058 almuerzos/año; esto significa que la proyección de demanda esta determinada para atender un promedio de 1.514 diarios.

Utilizando los resultados anteriores y teniendo en cuenta la información del cuadro 9, se distribuye el número de almuerzos al año 436.058 de acuerdo a las preferencias.

Cuadro 26 Cálculo de número de servicios al año.

Respuesta	%	No. Alm./año
Almuerzo corriente media porción	15%	65.409
Almuerzo corriente normal	75%	327.044
Almuerzo a la carta	10%	43.606
Total	100%	436.058

En estos resultados se demuestra que el almuerzo normal es el preferido en la población encuestada.

2.4.2.2 Estimación para el servicio de cafetería. De acuerdo a los cuadros 15 y 19, con un universo de 1.868 se calculará el número de servicios de cafetería de acuerdo a la preferencia y frecuencia de visita así:

Total personas	Diariamente	94%	= 1.756 personas
1.868	Día por medio	4%	75 personas
	Semanal	2%	37 personas

Se halla el número de servicios demandados diariamente

$$\begin{array}{r}
 344 \text{ ----- } 301 \\
 1.756 \text{ ----- } X \quad == \quad 1.536 \text{ servicios diarios.}
 \end{array}$$

Se debe hallar la cantidad de servicios por semana

$$\begin{array}{l}
 1.536 \text{ alim/día} \times 5.78 \text{ días a la semana} = 8.878 \text{ serv/sem.} \times 4 \\
 \text{sem/mes} \times 12 \text{ mes/año} = 426.148 \text{ alim./año.}
 \end{array}$$

Se realiza la misma operación para los servicios día por medio

$$\begin{array}{r}
 344 \text{ ----- } 12 \\
 75 \text{ ----- } X \quad == \quad 2.6 \text{ servicios} \\
 2.6 \text{ servicios} \times 3 \text{ días a la semana} \\
 \quad \quad \quad = 7.84 \text{ servicios semanales}
 \end{array}$$

$$7.84 \text{ serv./sem.} \times 4 \text{ sem/mes} \times 12 \text{ mes/año} = 377 \text{ serv/año}$$

La misma operación se hace para la frecuencia un servicio

$$344 \text{ ----- } 7$$

$$37 \text{ ----- } X \quad == \quad 0.75 \text{ servicios a la semana}$$

$$0.75 \text{ servicios} \times 4 \text{ semanas} = 3 \text{ serv/mes.} = 36 \text{ serv.año.}$$

El total de servicios por año serían: = 426.148 + 377 + 36 = 426.561

Para calcular la cantidad de cada alimento se tendrá en cuenta los porcentajes de preferencias del cuadro 17 aplicando un % acorde con cada alimento de tal forma que al sumarlos su resultado es el 100% así:

Empanadas 32%, el pan 38%, buñuelos 12% y el sandwichs 6%, almojábanas 5%, pizza 1%, pandeyucas 2.9%, hamburguesas2% y papas rellenas 1.1% además se relacionará en el cuadro 27 los precios de cada alimento para hallar la participación de cada uno en las ventas.

Cuadro 27. Valor ventas de alimentos de cafetería al año.

Alimento	Precio act.	Unid../ Año	Vtas /año	% part.
Empanadas	500	136.500	68.249.760	38%
Buñuelos	500	51.187	25.593.660	14%
Sandwich	700	25.594	17.915.562	10%
Almojabanas	500	21.328	10.664.025	6%
Pizza	1000	4.266	4.265.610	2%
Pandeyucas	500	12.370	6.185.135	3%
Hamburguesas	1200	8.531	10.237.464	6%
Pan	200	162.093	32.418.636	18%
Papas rellenas	500	4.692	2.346.086	1%
Total		426.561,00	177.875.937	100%

E

En estos resultados se demuestra que la preferencia por los servicios de cafetería es muy grande ocupando el primer en unidades vendidas el pan

y en pesos las empanadas, con el 38% de participación seguido del pan con el 18%

Para las bebidas acompañantes se aplica el mismo resultado de la estimación de alimentos de cafetería (426.561) relacionando además los precios existentes en el mercado. Esto debido a que se presume que al vender un alimento sólido éste irá acompañado por una bebida ya sea caliente o fría. Estas bebidas son distribuidas de acuerdo a las preferencias.

Cuadro 28. Valor ventas de bebidas acompañantes de cafetería al año.

Producto	precio	Cant/año	ventas \$	% partc.
Gaseosas	700	72.515	50.760.759	26%
Jugos naturales	500	81.047	40.523.295	21%
Agua	200	34.125	6.824.976	4%
Avena	500	6.398	3.199.208	2%
Malteadas	500	8.531	4.265.610	2%
kumis	600	8.531	5.118.732	3%
Yogurth	600	10.664	6.398.415	3%
Café en leche	500	68.250	34.124.880	18%
Tinto	300	81.047	24.313.977	13%
Aromática	300	55.453	16.635.879	9%
total		426.561	192.165.731	100%

2.4.3 Proyección de la demanda la proyección de la demanda se realiza de acuerdo al índice de crecimiento de la economía para el 2004 que es el 3.7% según el diario portafolio de julio 27 de 2004, además señala el artículo que para los próximos años se aumentará solo en 2 y 3 puntos. Este último dato se tendrá en cuenta para los años 2-3-4-5. Tanto en los servicios de restaurante como de cafetería.

Cuadro 29. Proyección de servicios de restaurante

SERVICIOS DE RESTAURANTE			
NO. AÑO	AÑO	INDICE	PROYECCION
1	2004	3,70%	436.058
2	2005	4,00%	453.500
3	2006	4,30%	473.001
4	2007	4,50%	494.286
5	2008	4,80%	518.012

Con el aumento del 4.8% para el año 2008 se demandaran 518.012 almuerzos. Un número considerable para el desarrollo del proyecto.

Proyección servicios de cafetería

Para la proyección de servicios de cafetería se tendrá en cuenta 426.561 servicios además del índice de crecimiento de la economía en las mismas proporciones mencionadas anteriormente. Es de aclarar que para esta proyección se tuvo en cuenta la sumatoria de la estimación de alimentos y bebidas de cafetería.

Cuadro 30. Proyección servicios de cafetería

SERVICIOS DE CAFETERIA			
NO. AÑO	AÑO	INDICE	PROYECCION VENTAS
1	2004	3,70%	370.041.668
2	2005	4,00%	384.843.335
3	2006	4,30%	401.391.598
4	2007	4,50%	419.454.220
5	2008	4,80%	439.588.023

Para el año 2008 de los servicios de cafetería se incrementarían a \$439.588.023 cifra que puede aumentar mucho más si se tiene la facilidad de ofrecer los servicios a los pobladores de los sectores aledaños.

2.5 LA OFERTA

En la zona industrial de Chimitá existen actualmente las bien llamadas casetas de comidas; que son establecimientos cuya función es ofrecer alimentos preparados y no preparados a todos los trabajadores del sector; tanto de cafetería como restaurante. Para la proyección de la oferta se tuvo en cuenta la respuesta de todas las personas que almuerzan en estos establecimientos que son aproximadamente el 80% de los trabajadores del sector.

En este capítulo se mira los pro y los contra de la existencia de estos establecimientos. También se conocerá el tiempo de servicio, el número de empleados, el promedio de servicios que ofrece y muchos otros temas que permiten establecer las condiciones actuales de la oferta. Todo esto, con el fin de analizar las verdaderas necesidades de la población y evaluar el servicio que se ofrece actualmente.

2.5.1 Necesidades de información

- Identificar las estrategias con las cuales la competencia ofrece el servicio
- Cuantificar la demanda de cada uno de los servicios que ofrecen los establecimientos dedicados a esta actividad en el sector.
- Percibir la presentación tanto de los productos como de los servicios adicionales ofrecidos por la competencia.

- Verificar si se cumple o no con las normas básicas de calidad en cada establecimiento, mediante la visita domiciliaria y el diligenciamiento de la encuesta.

- Cuantificar las ventas de cada producto mediante la declaración de cada persona encuestada.

- Verificar si se utiliza o no medios de promoción, publicidad, canales de comercialización, estrategias precios y el tipo de empaque utilizado para ofrecer cada servicio.

- Verificar el tipo de clientes que visitan los establecimientos cercanos y que demanden el servicio.

2.5.2 Ficha técnica

Cuadro 31. Ficha técnica de oferta

TITULO DEL PROYECTO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN RESTAURANTE EN LA ZONA INDUSTRIAL DE CHIMITA

Tipo de investigación	Exploratorio y descriptivo
Método de investigación	Para esta investigación se utilizó el método descriptivo e inductivo y de observación, ya que la investigadora mediante visitas realizadas a los diferentes establecimientos percibe y analiza las diferentes situaciones en cada uno de los negocios ubicados en el sector.
Fuentes de información	Primarias: encuestas y secundarias se utilizaron los libros, revistas, artículos de prensa.
Técnicas de recolección de información	Encuesta
Instrumento	Cuestionario
Modo de aplicación	Directa
Definición de población	Elemento: Propietarios o administradores Unidad: Casetas
Proceso de muestreo	Muestreo Aleatorio Simple
Marco muestral	Siete establecimientos (casetas) dedicados al servicio de alimentación y cafetería ubicados en la zona industrial de Chimitá.
Alcance	Zona industrial Chimitá en Girón
Tiempo de aplicación	26 al 30 de abril de 2004

2.5.3 Tabulación y presentación de resultados de la oferta. Estos se obtienen a través de fuentes primarias mediante la realización de la encuesta realizada a diez (10) casetas dedicadas o ofrecer servicios de alimentación y cafetería (Ver anexo E).

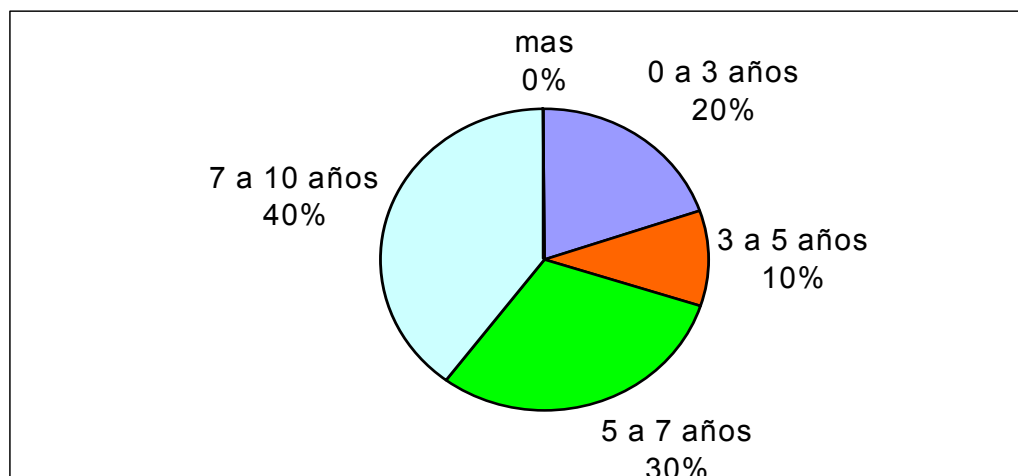
Pregunta 1. ¿CUÁNTO TIEMPO HACE QUE TENE SU NEGOCIO EN ESTE LUGAR?

Cuadro 32. Tiempo de funcionamiento del negocio

Item	Frecuencia	%
0 a 3 años	2	20%
3 a 5 años	1	10%
5 a 7 años	3	30%
7 a 10 años	4	40%
mas	0	0%
Total	10	100%

Fig

ura 26. Tiempo de funcionamiento



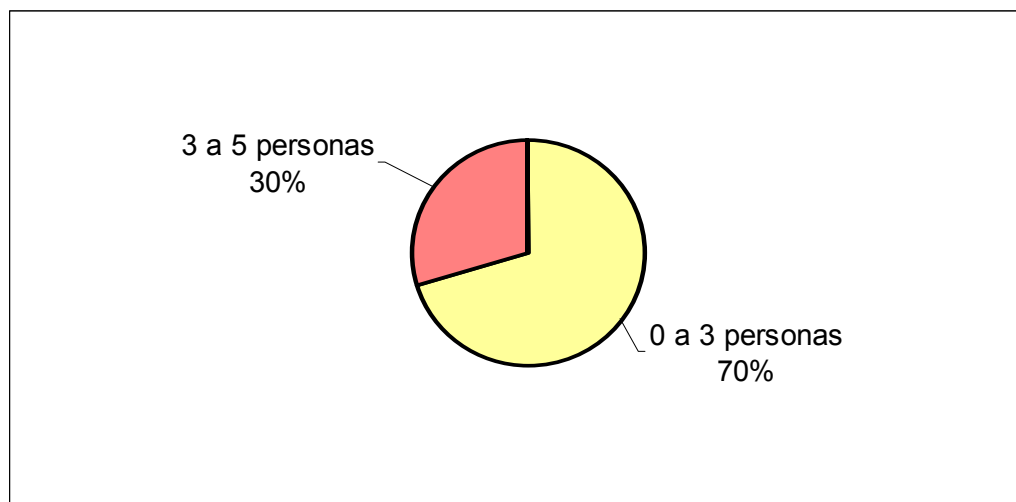
Análisis: En la gráfica se observa que los establecimientos que actualmente funcionan en la zona industrial de Chimitá son de 5 a 10 años, por lo cual se puede deducir que no existe interés por parte de sus propietarios de mejorar sus instalaciones y tampoco por establecerse en otro lugar.

Pregunta 2 ¿CUÁNTOS EMPLEADOS TIENE LABORANDO?

Cuadro 33. Numero de empleados

No. Empleados	Frecuencia	%
0 a 3 personas	7	70%
3 a 5 personas	3	30%
5 a 10 personas	0	0%
otro (Cuantos)	0	0%
Total	10	100%

Figura 27. Número de empleados.



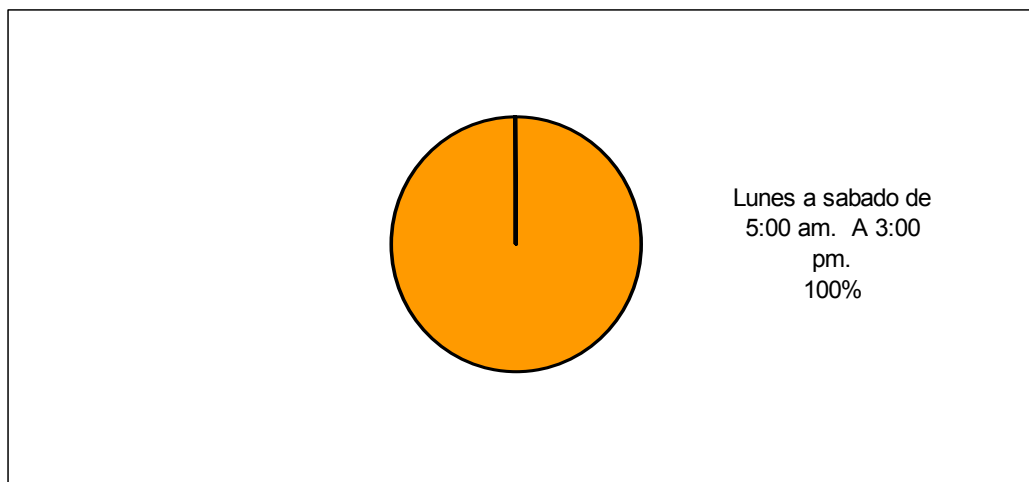
Análisis: De las diez personas encuestadas el 70% tiene de 0 a 3 empleados y el otro 30% tiene de 3 a 5 personas laborando esto demuestra que los negocios que están ofreciendo el servicio de alimentación en la zona no son grandes; al contrario la mayoría son empresas familiares en donde sus propietarios y sus hijos son los que trabajan.

Pregunta 3. ¿CUÁL ES SU HORARIO DE ATENCION?

Cuadro 34. Horario de atención

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Lunes a sabado de 5:00 am. A 3:00 pm.	10	100%
Lunes a domingo de 5:00 am. A 5:00 pm.	0	0%
Lunes a domingo de 5:00 am. A 6:00 pm.	0	0%
Total	10	100%

Figura 28. Horario de atención



Análisis: En el sector existen muchas empresas productoras con los tres turnos laborales y de acuerdo al resultado de la encuesta, el horario de atención mas concurrido es el de lunes a sábado de 5:00 a.m. 3:00 p.m. Cuando es temporada de pagos en las empresas los propietarios de estos negocios mantienen abierto al publico hasta las 8:00 p.m.

Pregunta 4. ¿QUÉ CLASE DE SERVICIOS DE ALIMENTACION OFRECE?

Cuadro 35. Clase de servicios de alimentación que ofrece

Item	Frecuencia	de 10 encuest
Desayunos	6	60%
Almuerzos	10	100%
Comidas	0	0%
Cafeteria	10	100%
otros	0	0%
Total	26	

Figura 29. Clase de servicios que ofrece



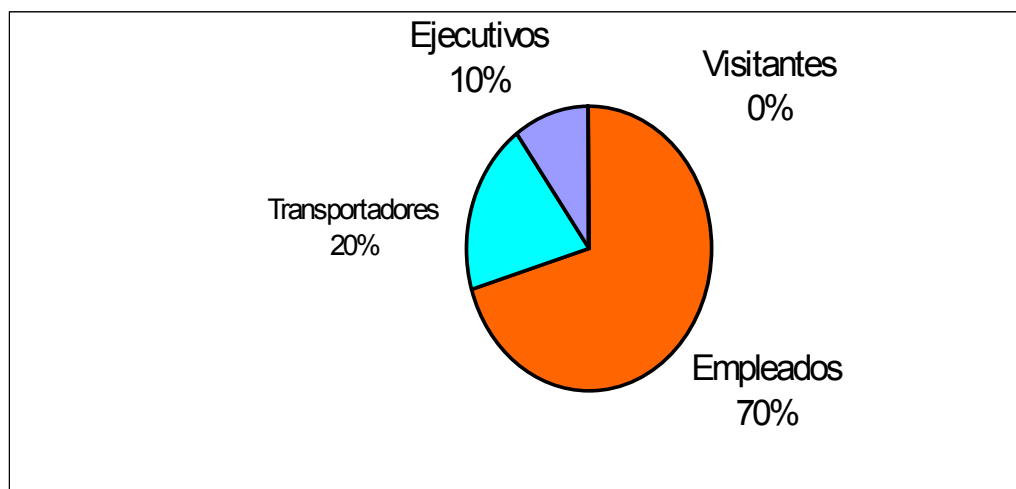
Análisis: Con las respuestas de las diez personas encuestadas se demuestra que los servicios de alimentación que más demanda los trabajadores del sector son el de almuerzos y cafetería con el 100% y el servicio de desayunos con el 60% que es ofrecido solamente en la temporada de pagos de las empresas.

Pregunta 5. DE LOS CLIENTES QUE LO VISITAN DIARIAMENTE LA MAYORIA SON?

Cuadro 36. Clase de clientes

Clase de clientes	%
Empleados	70%
Transportadores	20%
Ejecutivos	10%
Visitantes	0%
Total	100%

Figura 30. Clase de clientes



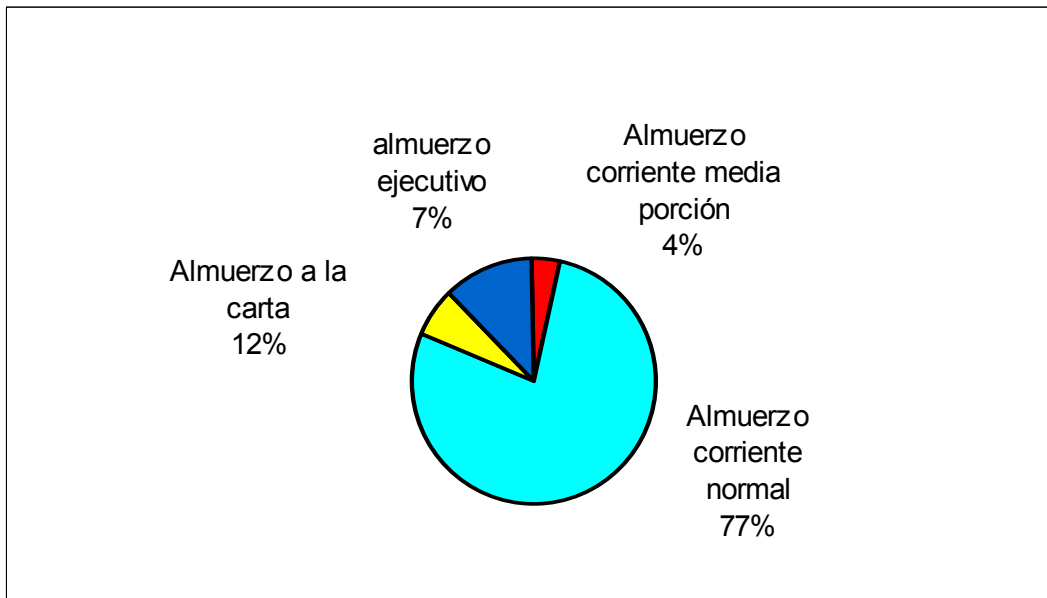
Análisis: En la gráfica se puede ver que las personas que más visitan estos negocios son los empleados de las empresas del sector con el 70% de participación y el otro 30% se encuentra entre ejecutivos y transportadores.

Pregunta 6. CUAL ES SU PROMEDIO DIARIO DE VENTAS EN CADA CLASE DE ALMUERZO?

Cuadro 37. Promedio de ventas diarias por especialidad.

Clase de almuerzo	cantidad	%
Almuerzo corriente media porción	18	4%
Almuerzo corriente normal	350	77%
almuerzo ejecutivo	30	7%
Almuerzo a la carta	56	12%
Total	454	100%

Figura 31. Promedio de ventas diarias



Análisis: De acuerdo con la porcentualidad, la mayoría de los clientes que visitan los negocios del sector prefieren el almuerzo corriente con el 77%, otro 12% prefiere almuerzo a la carta. Esto demuestra la poca capacidad de pago de los empleados del sector ya que el almuerzo corriente no supera los \$3.200 por lo tanto es necesario estudiar estrategias de costos y gastos que permitan a los gestores del proyecto ofrecer precios cómodos en el restaurante con el fin de no solo ofrecer almuerzos corrientes sino también a la carta y ejecutivos.

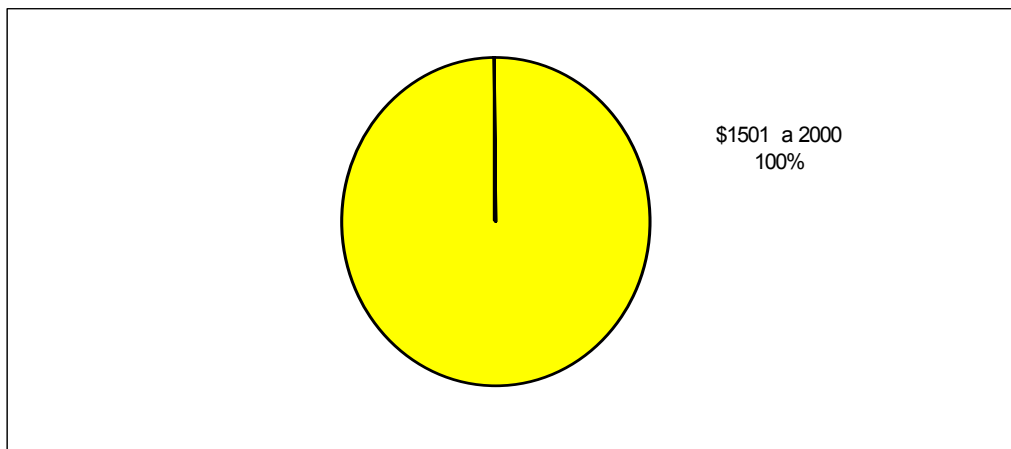
Pregunta 7. CÚAL ES EL PRECIO AL PUBLICO QUE USTED OFRECE POR CADA SERVICIO?

a. ALMUERZO MEDIA PORCION

Cuadro 38. Precio ofrecido por almuerzo media porción

Rango de precios	Frecuencia	%
0 a 1500	0	0%
1501 a 2000	10	100%
2001 a 2500	0	0%
Total	10	100%

Figura 32. Precios que pagarían por el almuerzo media porción



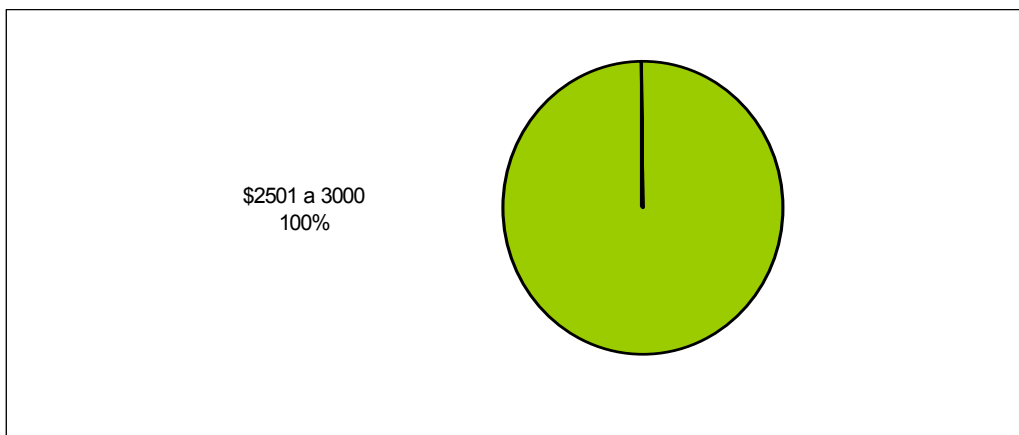
Análisis: El precio que pagan por almuerzo media porción es \$1.501 a \$2000 según la respuesta de 10 propietarios de establecimientos que ofrecen alimentación.

b. ALMUERZO NORMAL

Cuadro 39. Precio promedio que pagan por el almuerzo normal

Precios	Frecuencia	%	Porcentaje
\$2200 a 2500	0	0%	0%
\$2501 a 3000	10	100%	100%
\$3001 a 3500	0	0%	0%
Total	10	100%	100%

Figura 33. Precios que se pagan por el almuerzo normal



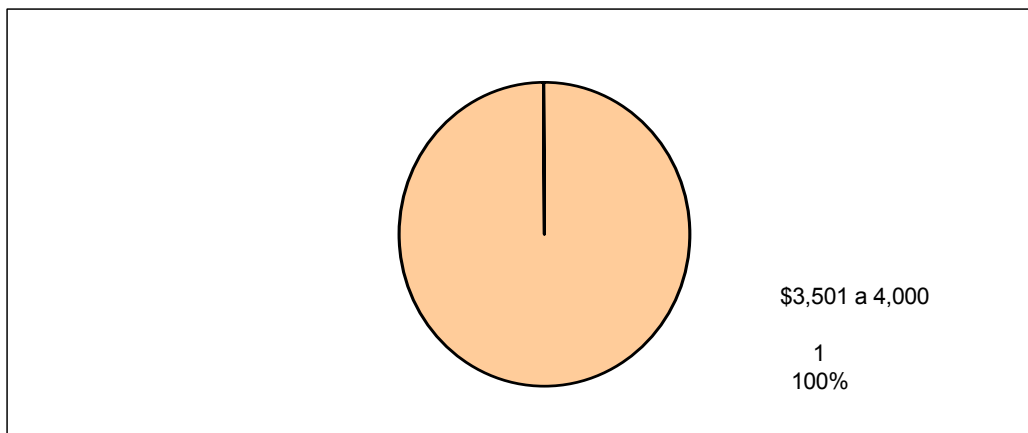
Análisis: De acuerdo con la porcentualidad que muestra la gráfica el 100% de los clientes que visitan los establecimientos que ofrecen alimentación en la zona industrial de Chimitá pagan entre \$2501 y \$3000 por cada servicio de almuerzo normal.

c. ALMUERZO A LA CARTA

Cuadro 40. Precios que pagan por el almuerzo a carta

Precios	Frecuencia	%
\$3,501 a 4,000	10	100%
\$4,001 a 4,500	0	0%
\$4,501 a 5,000	0	0%
Total	10	100%

Figura 34. Precios que se ofrecen del almuerzo a la carta



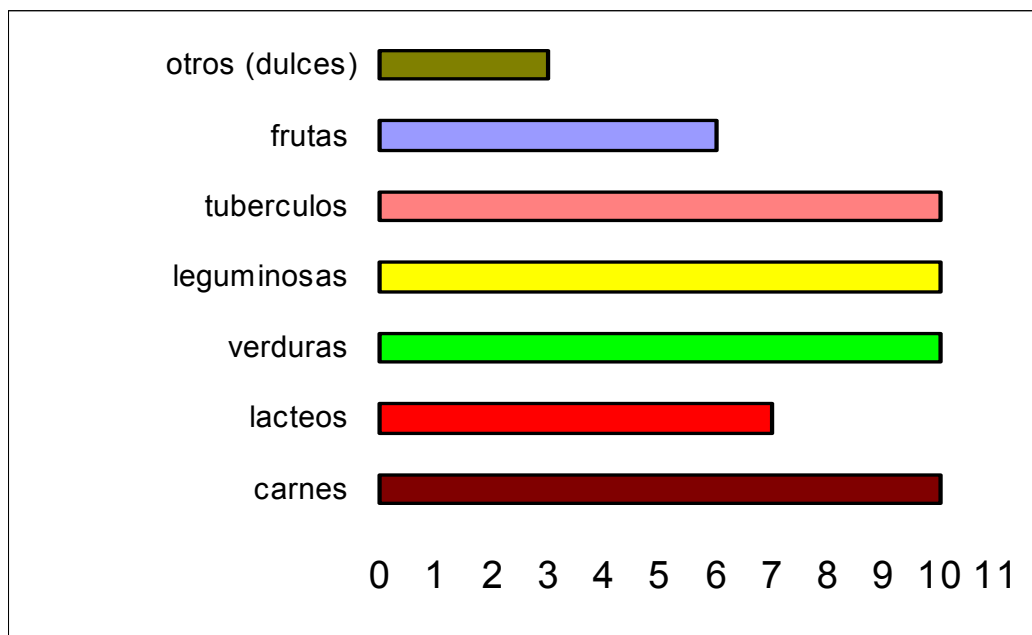
Análisis: De acuerdo con la porcentualidad que muestra la gráfica el 100% de los clientes que visitan los establecimientos que ofrecen alimentación en la zona industrial de Chimitá pagan entre \$3.501 y \$4.000 por cada servicio de almuerzo a la carta.

Pregunta 8. ¿CUÁLES SON LOS COMPONENTES ALIMENTICIOS QUE MÁS UTILIZA EN LA PREPARACION DEL SERVICIO DE ALMUERZO?

Cuadro 41. Alimentos que más se consumen

Item	Respuesta	% = a 10 encuestas
carnes	10	100%
lácteos	7	70%
verduras	10	100%
leguminosas	10	100%
tuberculos	10	100%
frutas	6	60%
otros (dulces)	3	30%

Figura 35. Alimentos que más se consumen



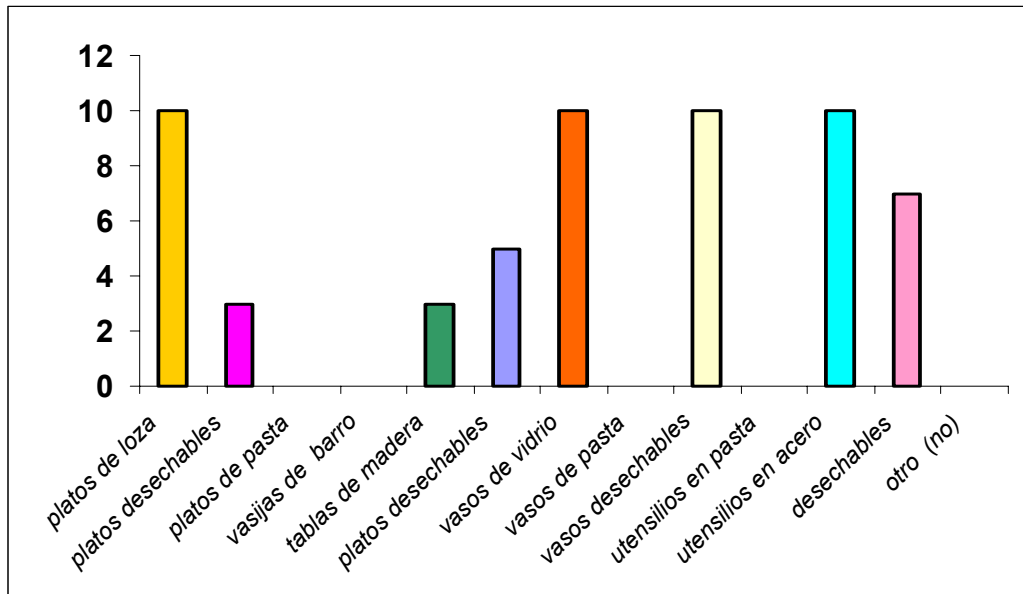
Análisis: De acuerdo con la porcentualidad en la mayoría de propietarios de negocios de alimentos encuestados comentan que los alimentos que más se consumen son carnes, verduras, leguminosas y tubérculos con el 100% luego las frutas y los dulces.

Pregunta 9. QUE TIPO DE IMPLEMENTOS Y UTENSILIOS UTILIZA PARA OFRECER EL SERVICIO.

Cuadro 42. Implementos y utensilios que se utilizan

Item	Respuesta	% = a 10 encuestas
platos de loza	10	100 %
platos desechables	3	30 %
platos de pasta	0	0 %
vasijas de barro	0	0 %
tablas de madera	3	30 %
platos desechables	5	50 %
vasos de vidrio	10	100 %
vasos de pasta	0	0 %
vasos desechables	10	100 %
utensilios en pasta	0	0 %
utensilios en acero	10	100 %
desechables	7	70 %
otro (no)	0	0 %

Figura 36. Utensilios para el servicio



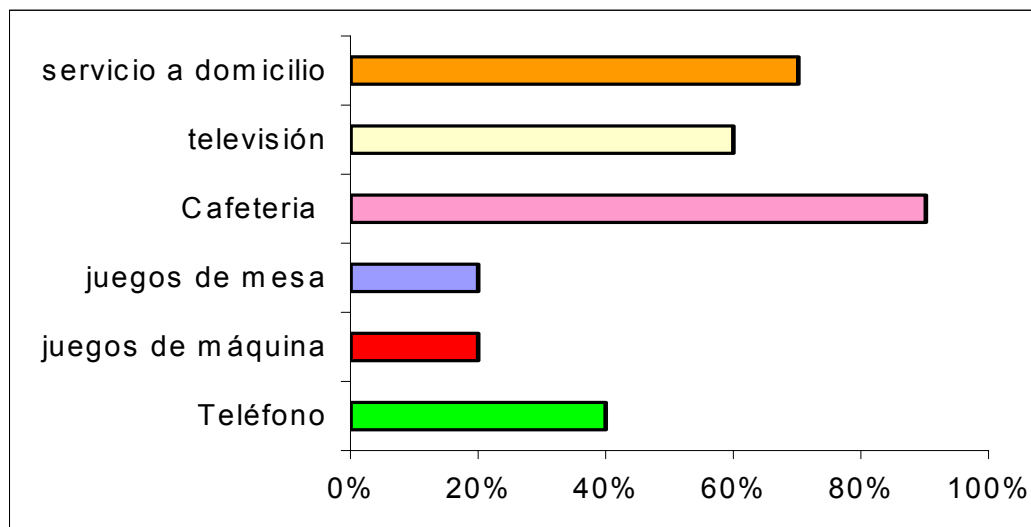
Análisis: De acuerdo a la porcentualidad la mayoría de los propietarios ofrecen sus servicios en platos de loza, utensilios de acero y vasos de vidrio representando el 100% de las 10 personas encuestadas.

Pregunta 10. QUE SERVICIOS ADICIONALES OFRECE EN SU ESTABLECIMIENTO.

Cuadro 43. Servicios adicionales

Clase de servicio	Respuesta	% = a 10 encuestas
Teléfono	4	40%
Juegos de máquina	2	20%
Juegos de mesa	2	20%
Cafeteria	10	100%
Televisión	6	60%
Servicio a domicilio	7	70%

Figura. 37. Servicios adicionales en el establecimiento.



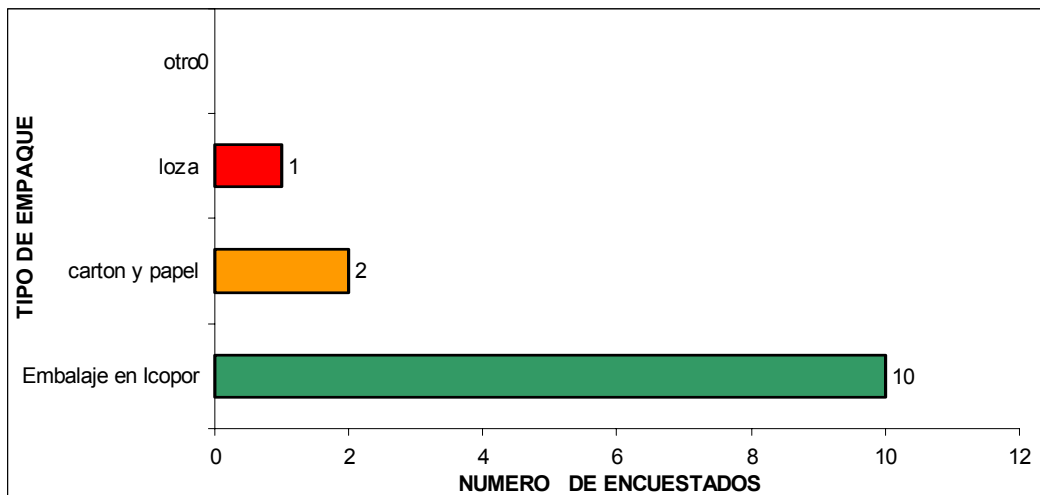
Análisis: De acuerdo con los resultados de las encuestas realizadas a 10 personas, los servicios adicionales que más demandan los empleados de la zona industrial de Chimitá son el servicio a domicilio 70%, Cafetería el 100%, servicio de televisión con el 60%.

Pregunta 11. EN QUE EMPAQUE OFRECE EL SERVICIO A DOMICILIO?

Cuadro 44. Embalaje del servicio a domicilio

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Embalaje en Icopor	10	100%
carton y papel	2	20%
loza	1	10%
otro	0	0%

Figura 38. Embalaje del servicio a domicilio



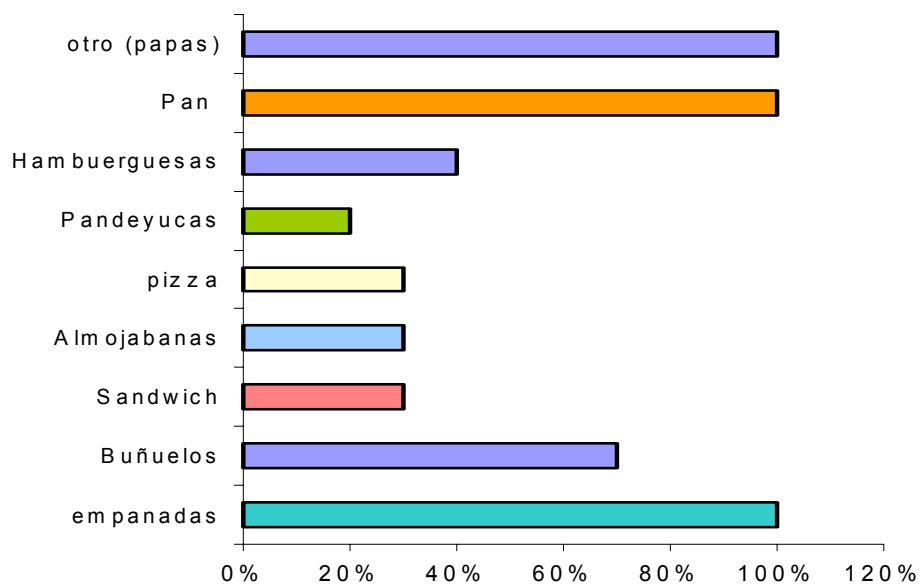
Análisis: En la gráfica se refleja que el empaque que las personas encuestadas utilizan para ofrecer el servicio a domicilio es el icopor con el 100% que corresponde a las 10 encuestadas y Cartón y papel con el 20% que corresponde a 2 personas encuestadas.

Pregunta 12. ¿CUÁLES SON LOS ALIMENTOS DEL SERVICIO DE CAFETERIA QUE MÁS VENDE?

Cuadro 45. Alimentos de cafetería que más se venden

Producto	Rpta.
Empanadas	10
Buñuelos	7
Sandwich	3
Almojabanas	3
pizza	3
Pandeyucas	2
Hamburguesas	4
Pan	10
otro (papas)	10

Figura 39. Alimentos de cafetería que más se venden



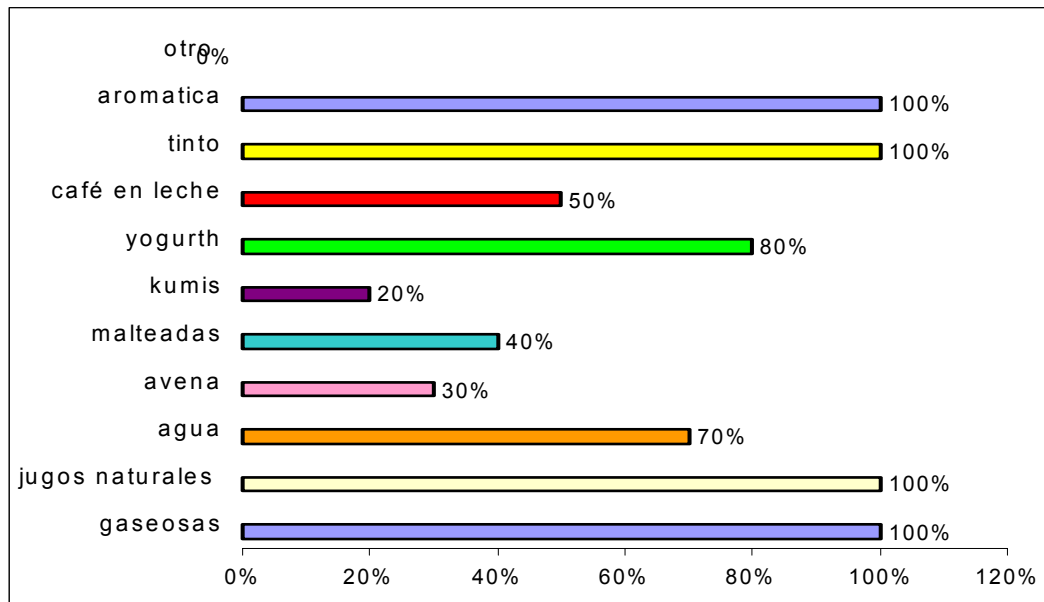
Análisis: De acuerdo con los resultados tabulados los alimentos de cafetería que más se venden son el pan, las empanadas y las papas rellenas.

b. ¿Y DE BEBIDA ACOMPAÑANTE CUAL?

Cuadro 46. Bebida acompañante en el servicio de cafetería

B e b i d a	R p t a .
g a s e o s a s	1 0
j u g o s n a t u r a l e s	1 0
a g u a	7
a v e n a	3
m a l t e a d a s	4
k u m i s	2
y o g u r t h	8
c a f é e n l e c h e	5
t i n t o	1 0
a r o m a t i c a	1 0

Figura 40. Bebida que más se consume



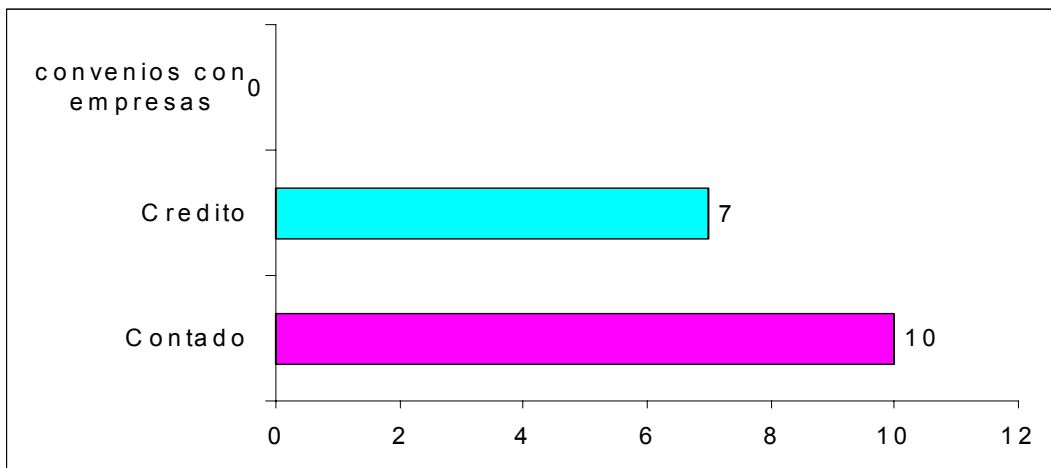
Análisis: De acuerdo con los resultados tabulados el alimento de cafetería que más se vende son las bebidas de greca, gaseosas y los jugos naturales, además tiene una excelente acogida el yoghurt con el 80%.

Pregunta 13. ¿CUÁL ES LA MODALIDAD DE PAGO DE SUS CLIENTES?

Cuadro 47. Modalidad de pago.

Modalidad	No. Respuestas	Porcentaje
Contado	10	90%
Credito	7	10%
convenios con empresas	0	0%

Figura 41. Modalidad de pago



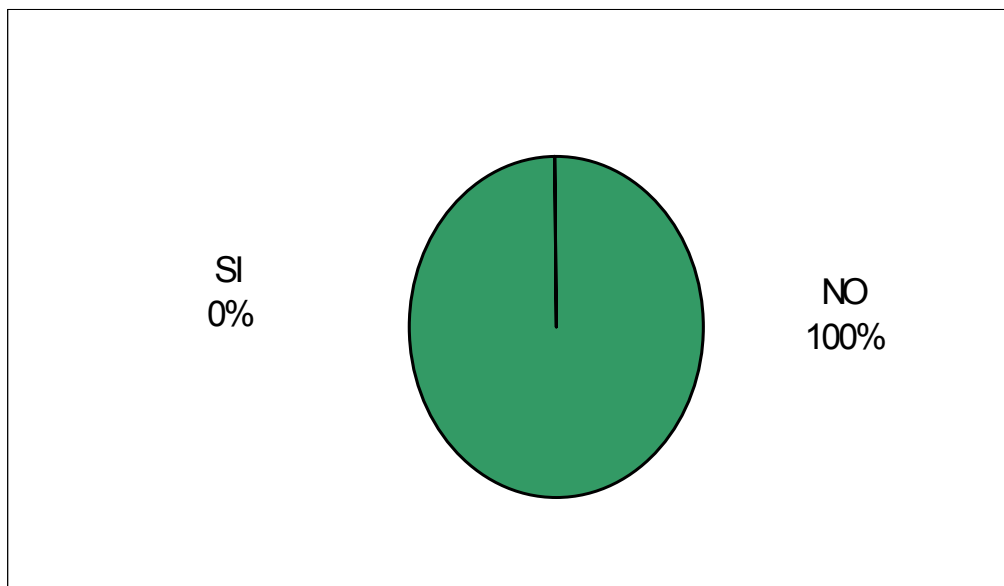
Análisis: De acuerdo con la tabulación anterior la gráfica muestra que de los 10 establecimientos encuestados 90% cancelan de contado y otro 10% cancela a crédito el cual vence cada día de quincena, además ninguno de estos negocios tiene convenios con los fondos de empleados de las empresas.

Pregunta 14. ¿TIENE EN SU NEGOCIO BUZON DE SUGERENCIAS?

Cuadro 48. Buzón de sugerencias

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	10	100%
Total	10	100%

Figura 42. Buzón de sugerencias



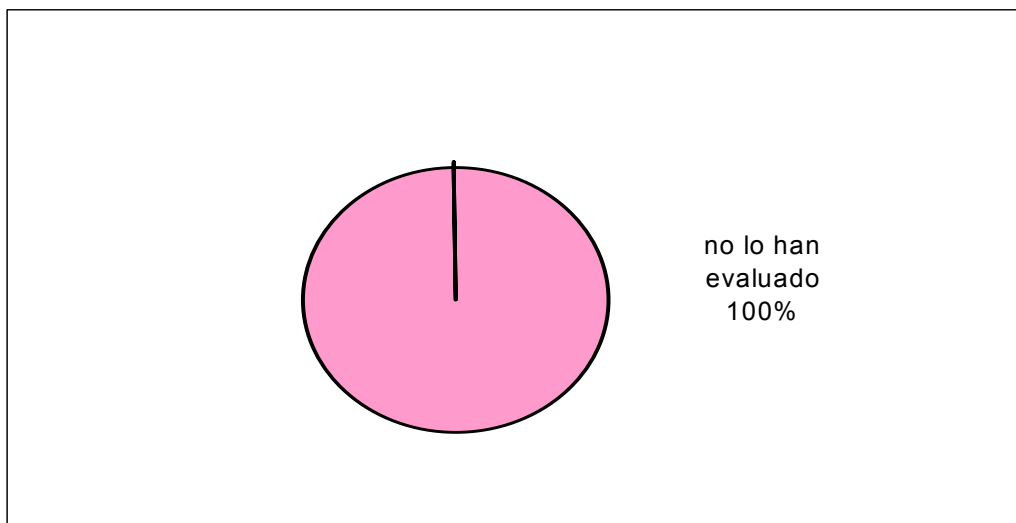
Análisis: en los 10 establecimientos encuestados NO existe buzón de sugerencias esto demuestra que no se evalúa el servicio.

Pregunta 15. SUS CLIENTES COMO EVALUAN EL SERVICIO

Cuadro 49. Evaluación del servicio.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	0	0%
bueno	0	0%
regular	0	0%
no lo han evaluado	10	100%

Figura 43. Evaluación del servicio.



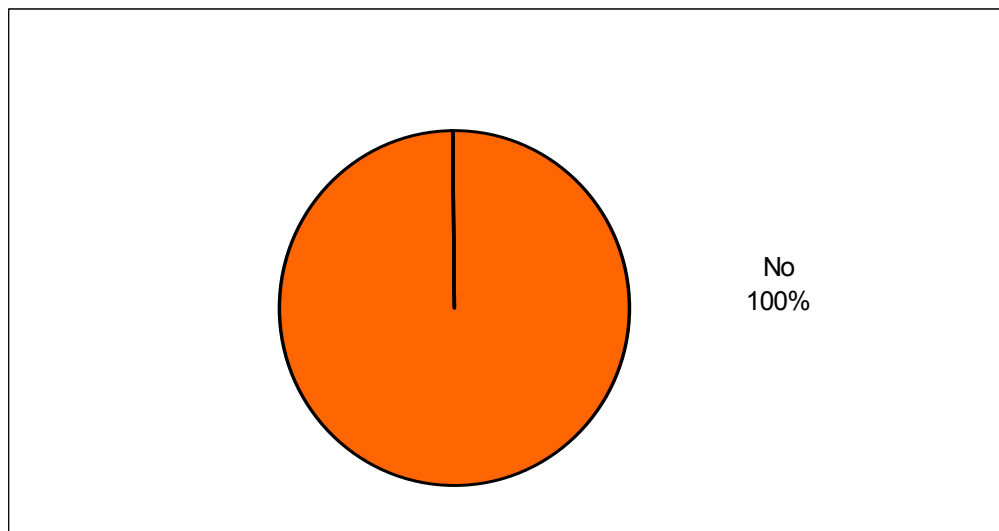
Análisis: Según esta gráfica se demuestra que ninguno de los establecimientos ha sido evaluado por sus clientes.

Pregunta 16. SU NEGOCIO CUMPLE CON TODAS LAS NORMAS DE CALIDAD?

Cuadro 50. Normas de Calidad.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	10	100%
Total	0	0%

Figura 44. Normas de calidad.



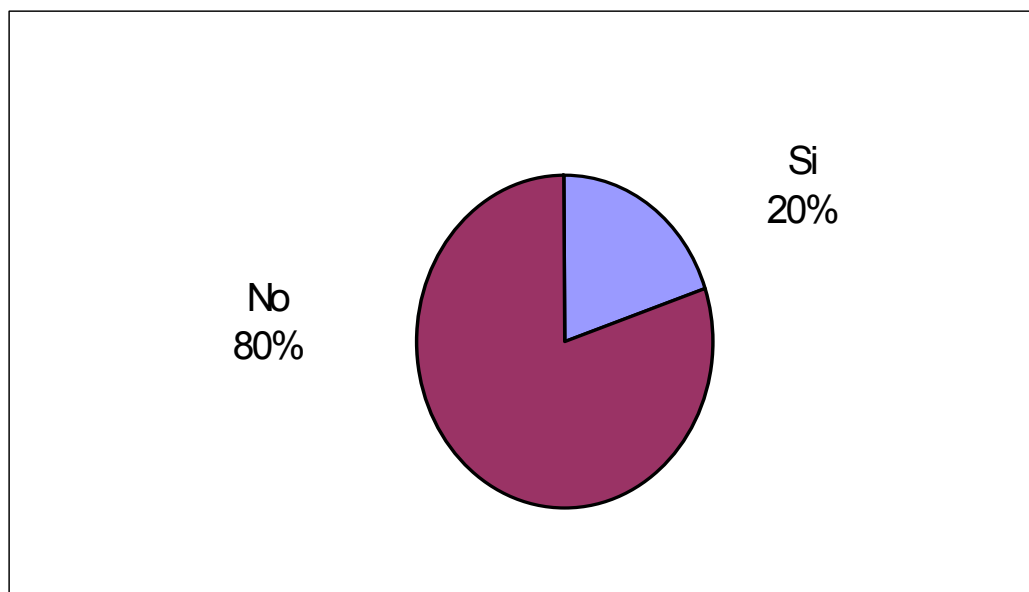
Análisis: Todos los establecimientos que están ubicados en la zona industrial de Chimitá NO cumplen con las normas de calidad, esto quiere decir que el servicio que se presta no es conveniente para los usuarios y a que están expuestos a diferentes enfermedades.

Pregunta 17. TIENE SU ESTABLECIMIENTO REGISTRADO ANTE LAS ENTIDADES GUBERNAMENTALES?

Cuadro 51. Registro ante entidades gubernamentales

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	20%
No	8	80%
Total	10	100%

Figura 45. Registro ante las entidades gubernamentales.



Análisis: De los diez propietarios de establecimientos encuestados solamente dos están registrados en las entidades gubernamentales y 8 de ellos NO; según ellos estas entidades no los han molestado.

2.5.4 Análisis de la situación actual de la competencia. La zona industrial de Chimitá es un sector muy concurrido de transportadores y trabajadores de las empresas ubicadas allí, además de los visitantes de la costa norte de Colombia que hacen sus paradas en este sector para almorzar. Como se mencionó anteriormente, los negocios que ofrecen servicios de alimentación son casetas ubicadas en la carretera principal, su infraestructura es de lata y cartón, además las personas que las administran y los que trabajan en ella son integrantes de una misma familia.

FORTALEZAS: Las bien llamadas casetas poseen algunas fortalezas que son las que las mantienen en el mercado:

- **Precio:** El precio de cada servicio ya sea de almuerzos o cafetería es muy módica para la poca capacidad de pago de los trabajadores de la zona pues el valor de cada servicio oscila entre \$1.500 y \$2.000 de acuerdo con los análisis realizados a cada pregunta de la oferta.
- **Modalidad de pago:** La mayoría de usuarios de estos servicios demandan el servicio para cancelar en cada quincena, esto ayuda al trabajador a administrar mejor sus ingresos.
- **Cercanía:** Cada caseta ubicada en la zona industrial atiende el 80% de su entorno que aproximadamente son siete cuadras a su alrededor ofreciendo el servicio a todas las empresas ubicadas dentro de estas medidas.
- **Balanceo nutricional en cada servicio:** cada almuerzo contiene pocas porciones de ya sea de harinas, grasos, fritos, etc. disminuyendo la ansiedad momentánea de comida.

DEBILIDADES:

- **Ubicación:** Todos estos establecimientos están ubicados cerca de la avenida principal sin medidas de salubridad e higiene que este servicio requiere.

- **Medidas de higiene:** La mayoría de casetas que ofrecen los servicios de almuerzos y cafetería no poseen extractor de olores esto hace que circunden los aromas fétidos provenientes de las empresas trituradoras y aceiteras del sector.

- **Aspecto administrativo y legal.** La mayoría de casetas están registradas en la alcaldía de Girón pero radicadas mediante un permiso por el espacio público que ocupan, mas no aparecen como establecimiento de comercio legalizado y tampoco pagan impuestos ante la DIAN e Industria y Comercio.

- **Dieta y alimentación:** Los servicios que ofrece la demanda no son valorados por especialista sino cada servicio se sirve de acuerdo al menú corriente del día, excediendo las porciones e ingredientes de harina, grasas, embutidos y azúcares.

Actualmente no es conocido en los administradores y propietarios los temas de tratamiento de residuos sólidos y líquidos, normas de calidad, Salud ocupacional, Gestión de talento humano, y todos los temas que se requieren para funcionar como un establecimiento de comercio legalmente constituido.

Aunque en la tabulación tanto de la demanda como de la oferta demuestra que el porcentaje diario de ventas de almuerzos (45 aprox.) y servicio de cafetería (200) son altos; se registra un nivel de satisfacción del cliente bajo, al parecer los trabajadores visitan estos lugares mas por necesidad que por comodidad.

2.5.5 Proyección de la oferta. Según el funcionario del departamento de planeación de la alcaldía municipal de Girón en la zona industrial de Chimitá existen actualmente 30 casetas que ofrecen servicios de alimentación tanto de restaurantes como de comidas rápidas, de las cuales solamente el 30% están radicadas en la alcaldía mediante el permiso establecido por ocupar el espacio público; las demás prestan sus servicios ilegalmente. Todo lo anterior es producto de la situación económica por la cual atravesando los habitantes ubicados a las orillas del río que pasa por la zona industrial que en su mayoría son campesinos desplazados de la costa norte y del oriente colombianos.

Para este estudio al igual que la demanda se tomarán los datos registrados en el periódico portafolio del 27 de julio de 2004 en donde indica que el crecimiento de la economía para el 2004 es del 3.7% y que además subirá de 2 a 3 puntos cada año.

2.5.5.1 Proyección de servicios de Restaurante. Para hallar la proyección del número de servicios que en los próximos cinco años ofrecerá la competencia se aplica el porcentaje anterior a la tabulación de la pregunta 7 de oferta de la siguiente manera: Los servicios diarios que venden las casetas son:

Cuadro 52. Cantidad de almuerzos por especialidades

ESPECIALIDAD	# ALMUERZOS
Almuerzo corriente media porción	18
Almuerzo corriente	350
Almuerzos a la carta	56
Almuerzos ejecutivos	30
TOTAL ALMUERZOS	454

Si se tiene en cuenta las 30 casetas ubicadas en el sector

10 ----- 454

30 ----- x = 1.362 almuerzos diarios

Se debe hallar la cantidad de almuerzos por semana teniendo en cuenta la respuesta anterior

1.362 Almuerzos diarios x 5.81 días a la semana (ver cuadro 39 ya que el horario de atención es de lunes a sábado)

= 7.913 almuerzos semanales

Ahora se halla el número de almuerzos por año

7.913 alm./sem. X 4 sem/mes x 12 mes/año = 379.824 almuerzos/año.

De acuerdo a estos resultados se ofrecerían 379.824 almuerzos al año.

Utilizando la tabulación del cuadro 39 de la pregunta 7, se distribuye el número de almuerzos al año 379.824 de acuerdo a las preferencias

Cuadro 54. Distribución del número de servicios anuales de acuerdo a las preferencias

Respuesta	%	No. Alm./año
Almuerzo corriente media porción	4%	15.193
Almuerzo corriente normal	77%	292.464
Almuerzos ejecutivos	7%	26.588
Almuerzo a la carta	12%	45.579
Total	100%	379.824

En estos resultados se demuestra que en la mayoría de establecimientos el almuerzo que más se vende es el almuerzo corriente con una acogida del 77%.

Cuadro 55. Aplicación de la tasa de crecimiento para servicio de restaurante.

SERVICIOS DE RESTAURANTE			
NO. AÑO	AÑO	INDICE	NO. ALMUERZOS PROYECCION
1	2004	3,70%	379.824
2	2005	4,00%	395.017
3	2006	4,30%	412.003
4	2007	4,50%	430.543
5	2008	4,80%	451.209

2.5.5.2 Proyección de oferta de servicios de cafetería De acuerdo a la pregunta 13 relacionada en el cuadro 25 y teniendo en cuenta la población tomada de los datos de planeación se tiene en cuenta para este análisis las 30 casetas ubicadas en el sector.

10 ----- 2.005

30 ----- x == 6.015 servicios diarios

De acuerdo a este resultado se halla la cantidad de servicios por semana.

6.015 servicios diarios x 5.81 días a la semana

= 34.947 servicios semanales

Ahora se halla el número de almuerzos por año

34.947 alim./sem. X 4 sem/mes x 12 mes/año = 1.495.569 unid./año.

Utilizando la tabulación del cuadro 36. se distribuye el número de unidades al año 1.495.569 de acuerdo a las preferencias y los precios de oferta existentes.

Cuadro 56. Distribución del numero de servicios de cafetería anuales de acuerdo a las preferencias y a los precios vigentes.

Bebida	% pref.	Cant./año	Precio	Vtas total.	% partc.
Empanadas	20%	299.114	500	149.556.900	23%
Buñuelos	8%	119.646	500	59.822.760	9%
Sandwich	13%	194.424	700	136.096.779	21%
Almojabanas	5%	74.778	500	37.389.225	6%
Pizza	1%	14.956	1000	14.955.690	2%
Pandeyucas	1%	14.956	500	7.477.845	1%
Hambueguesas	1%	14.956	600	8.973.414	1%
Pan	8%	119.646	200	23.929.104	4%
Papas Rellenas	23%	343.981	600	206.388.522	32%
Totales	100%	1.495.569		644.590.239	100%

Cuadro 57. Proyección de bebidas acompañantes

Bebida	% pref.	Cant./año	Precio	Vtas total.	% partc.
Gaseosas	20%	299.114	700	209.379.660	34%
Jugos naturales	8%	119.646	500	59.822.760	10%
Agua	13%	194.424	200	38.884.794	6%
Avena	5%	74.778	500	37.389.225	6%
Malteadas	1%	14.956	500	7.477.845	1%
kumis	1%	14.956	600	8.973.414	1%
Yogurth	1%	14.956	600	8.973.414	1%
Café en leche	8%	119.646	500	59.822.760	10%
Tinto	23%	343.981	300	103.194.261	17%
Aromática	20%	299.114	300	89.734.140	14%
Totales	100%	1.495.569		623.652.273	100%

En estos resultados se demuestra que la preferencia de los alimentos de cafetería se concentra en el pan y las empanadas pero las más representativas para el proyecto son la gaseosa, el tinto y la aromática.

Con el crecimiento de la economía se calcula la oferta de servicios de cafetería para el año 5

Cuadro 58. Proyección de servicios de cafetería.

SERVICIOS DE CAFETERIA			
NO. AÑO	AÑO	INDICE	PROYECCION
1	2004	3,70%	1.268.242.512
2	2005	4,00%	1.318.972.212
3	2006	4,30%	1.375.688.018
4	2007	4,50%	1.437.593.978
5	2008	4,80%	1.506.598.489

Esta proyección se realiza con los mismos índices de crecimiento de la economía mencionados anteriormente aplicado al total de ventas anuales de servicios de cafetería

2.6 RELACION ENTRE DEMANDA Y OFERTA

Teniendo en cuenta los datos registrados en el cuadro 28 y 29 de proyección de demanda y oferta se calcula la demanda insatisfecha, tanto de servicio de restaurante como de servicios de cafetería.

Cuadro 59. Demanda insatisfecha.

SERVICIOS DE RESTAURANTE				
NO. AÑO	AÑO	PROYECCION DEMANDA	PROYECCION OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
1	2004	436.058	379.824	56.234
2	2005	453.500	395.017	58.483
3	2006	473.001	412.003	60.998
4	2007	494.206	430.543	63.663
5	2008	518.012	451.209	66.803

Aquí se muestra que la cantidad de almuerzos que faltan para cubrir la demanda total en el año 2004 son 56.234, esto significa que la oferta cubre el 87.% de la demanda total.

Cuadro 60. Demanda insatisfecha servicios de cafetería.

SERVICIOS DE CAFETERIA					
NO. AÑO	AÑO	PROYECCION DEMANDA	PROYECCION OFERTA	SOBRECORTA	VARIACION
1	2004	314304	1.268.242.512	-1.267.928.208	18,69%
2	2005	326.876	1.290.975.419	-1.290.648.543	19,02%
3	2006	340.932	1.346.487.362	-1.346.146.430	19,84%
4	2007	356.932	1.407.079.293	-1.406.722.361	20,73%
5	2008	373.375	1.474.619.099	-1.474.245.724	21,73%
TOTALES		1.712.419	6.787.403.685	-6.785.691.266	396363,49%

El objetivo del proyecto para este servicio es mejorar las condiciones de preparación, almacenamiento y distribución de tal forma que se refleje la calidad, limpieza, el mejor sabor e higiene en cada producto esta insatisfacción es reflejada en las encuestas realizadas a los trabajadores del sector.

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACION

2.7.1 Estructura de los canales actuales. En el sector de restaurantes se observa tres niveles de comercialización que opera para esta clase de negocios,

El primer nivel que está representado por los proveedores los cuales ofrecen todos los alimentos ricos del campo para la elaboración y exquisita combinación.

- Segundo nivel lo representan los productos que son transformados en cada establecimiento para deleitar mediante los servicios ofrecidos al tercer nivel.
- Tercer nivel: los usuarios o clientes

Figura 46. Canal de comercialización actual

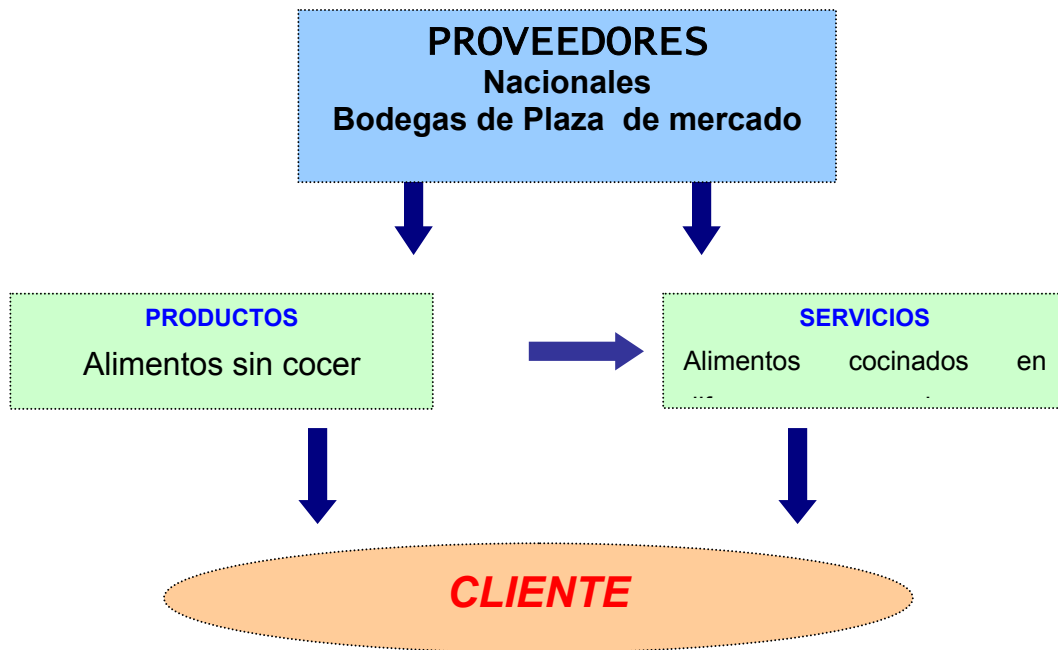


2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales. . Aquí los propietarios de las casetas, no han estudiado la posibilidad de disminuir los costos en la adquisición de insumos y materias primas, por esta razón los gastos de transporte y las comisiones de los intermediarios hacen mayor el sobrecosto.

2.7.3 Selección de los canales de comercialización. La selección del canal propuesto busca manejar la misma logística que actualmente practica los establecimientos ubicados en la zona; practicando algunas estrategias, políticas y normas con el fin de adquirir el punto máximo de calidad en el área de logística combinando perfectamente la eficiencia y eficacia minimizando los gastos y maximizando los recursos. También se busca manejar sitio para compras de insumos de materias primas como

son las bodegas de mercado verde ubicados en el parque Industrial de Girón.

Figura 47. Canal de comercialización propuesto



2.8 PRECIO

2.8.1 Análisis de precios. A continuación se relacionan los precios promedios de las diferentes especialidades de almuerzos y comidas rápidas, datos obtenidos del proceso de recolección de información realizada a las personas propietarias o administradoras de las casetas del sector.

Cuadro 61 Precios promedios actuales de servicio de restaurante

SERVICIOS DE RESTAURANTE	
Especialidades	precio promedio
Almuerzo corriente media porción	\$ 1.750
Almuerzo corriente normal	\$ 2.750
Almuerzo a la carta	\$ 3.750
Valor promedio por servicio	\$ 2.750

El valor promedio de cada servicio de almuerzo se calcula en \$2.750, es un valor módico y accequible a la capacidad de pago de los trabajadores del sector, sin embargo, de acuerdo a los análisis de la tabulación de las encuestas de la oferta la especialidad que más se vende es el almuerzo corriente con una acogida del 93%.

De acuerdo con la tabulación de la demanda el precio promedio para el almuerzo es \$2.688 según los resultados del cuadro 11; existe una estrecha relación entre el precio que se paga (\$2.750) y el precio que se pagaría por un almuerzo. (2.688) la relación es de $1 = 1$.

Cuadro 62. Precios promedios de servicios de cafetería

Producto	Precio promedio
Empanadas	\$ 500
Buñuelos	\$ 500
Sandwich	\$ 700
Almojabanas	\$ 300
pizza	\$ 1.000
Pandeyucas	\$ 500
Hamburguesas	\$ 1.000
Pan	\$ 200
otro (papas)	\$ 500
Bebidas acompañante	\$ 550
Precio promedio por servicio	\$ 575

De acuerdo al cuadro anterior el precio promedio por servicio de cafetería es de \$575.

Los gestores de la futura empresa tomarán los precios promedios de restaurante y cafetería \$2.750 y \$575 respectivamente como base para determinar las diferentes estrategias de fijación de precios a sus alimentos teniendo en cuenta la capacidad de compra del mercado objetivo; los trabajadores.

2.8.2 Estrategias de la fijación de los precios. La estrategia que se utilizará para la fijación de los precios será determinada con base en el precio promedio arrojado en las preguntas 6a, 6b y 6c de la demanda cuyos valores están dentro de un rango promedio de \$1.500 a \$3.500 por servicio en cualquier especialidad. Todo esto es producto de la posible disminución de los costos de operación como fletes y comisiones pagados a intermediarios, ya que intentara negociar la compra de los productos con el dueño de la parcela o con el centro de acopio de la localidad más cercana.

Por otro lado se tendrá en cuenta también el precio que ofrece la competencia ya que de acuerdo a la tabulación de las preguntas 8a, 8b y 8c de la oferta el precio promedio que pagan los clientes actuales a los establecimientos que ofrecen está en el mismo rango de la demanda \$1.500 y \$3.500.

2.9 PUBLICIDAD PROMOCION

2.9.1 Objetivos. En el aspecto publicitario el futuro restaurante casino ubicado en la zona industrial de Chimitá se fija los siguientes objetivos:

- ❖ Dar a conocer los servicios que ofrece el restaurante mediante cuñas radiales en las emisoras de la localidad.
- ❖ Promocionar las mejores especialidades en cocina a todos los clientes con el fin de evaluar su preparación y recibir sugerencias
- ❖ Destacar optimismo y dinamismo en las fachadas y puertas principales para que el cliente se sienta a gusto dentro y fuera del establecimiento.
- ❖ Asesorar con expertos a todo el personal en la adecuada colocación de material P.O.P previsto para cada ocasión.
- ❖ Establecer promociones y obsequios en días especiales como cumpleaños, Navidad, amor y amistad, etc. para expresar gratitud a todos los clientes y empleados.
- ❖ Ambientar el lugar con propaganda visual acorde con el sitio.
- ❖ Mantener sinergia entre la comunicación visual y el vestuario de muebles y empleados con el propósito de impresionar a los clientes.

2.9.2 Logotipo.

Figura 48. Logotipo



El Logo del proyecto será una carita feliz con las siglas RIG que significa Restaurante Industrial Girones.

Lo anterior hace referencia a que la futura empresa ofrecerá alimentos deliciosos para que todos sus clientes se sientan bien saboreando comidas sanas en el lugar adecuado; bajo todas las políticas de calidad e higiene ambiental.

2.9.3 Lema el lema con el cual se identificará el restaurante será **“CALIDAD Y EXCELENCIA EN SERVICIO”**

Se ofrecerá un servicio con calidad y excelencia que se logrará con la evaluación permanente de los clientes sobre el servicio prestado mediante la planilla de satisfacción del cliente. (Ver anexo L)

2.9.4 Análisis de medios. Los medios más importantes son:

- Periódico: es considerado como un medio básico masivo de información y comunicación. Esta clase de anuncios es rápida en llegar a toda clase de público además de que tienen un costo razonable. Se

analizaría el periódico local para llegar a los trabajadores de la zona industrial más fácilmente.

- Televisión. Es un medio masivo de comunicación que aprovechan todos los productores y sus intermediarios para ofrecer sus productos. La futura empresa utilizaría este servicio por el alto cubrimiento y la alta sintonía, permite enriquecer el paladar la vista y el oído de los televidentes en las diferentes presentaciones de comidas. Pero a su vez se tendría que analizar los altos costos de contratación, de producción y de emisión y por último la evaluación de los resultados.
- Correo electrónico: es un medio electrónico de gran efectividad de acuerdo a las bases de datos y las direcciones a las cuales se envíen los mensajes; Uno de los inconvenientes más frecuentes en este medio de difusión es el alto índice de Sin respuesta, en este sistema se puede elaborar tarjetas de presentación, pagables, publicidad en material P.O.P, lapiceros, gorras, y muchos otros artículos que ayudan a la publicidad de la empresa.
- Radio: Es el medio económico de más audiencia, ya que llega a todas las personas situadas en vías rurales y urbanas, los anuncios en una emisora de radio son accesibles, sus publicaciones y comerciales son fáciles de realizar, el único inconveniente es la falta de atractivo visual pero aun así es un 100% efectivo.
- Volantes: estas son comunicaciones muy abreviadas muy usadas en el mercado actual, con el fin de dar a conocer los servicios a todas y cada una de las personas que habitan las viviendas de una localidad, sus resultados son muy lentos pero positivos

- Revistas. Son medios costosos pero tienen gran probabilidad de alcanzar a la audiencia deseada con la facilidad de exponer todos los productos en una o dos paginas
- Tarjetas de presentación: Es un tipo de publicidad en miniatura, que generalmente invita al cliente a realizar la primera visita, o la primera llamada; es aconsejable para ofrecer a los amigos y personas más cercanas.
- Publicidad al aire libre: hace referencia a los carteles, vallas, pancartas, pendones, afiches, etc. es un medio flexible y de bajo costo llegando a un mercado amplio y diversificado.
- Catálogos: Estos permiten localizar públicos específicos, el porcentaje de lectores es alto pero también es un medio muy costoso y de cuidadosa elaboración.
- Directorio Telefónico: medio masivo de fácil publicación y de presupuesto muy cómodo; ésta al alcance de todas las personas por su facilidad para encontrar un servicio en un momento determinado.

2.9.5 Selección de medios. De acuerdo al análisis realizado anteriormente se elegirá para el proyecto aquellos medios que se ajusten a la forma de vida de los trabajadores y a su disponibilidad económica; entre estos se pueden citar, los plegables, las tarjetas de presentación, avisos por prensa y radio las pancartas y un aviso publicitario que se colocará en el directorio telefónico pagina completa tamaño carta que tendrá con la información necesaria para atraer los clientes que consulten este medio publicitario.

2.9.6 Estrategias publicitarias.

2.9.6.1 Publicidad de lanzamiento. Para esta etapa se realizará un cóctel invitando a todos los trabajadores de la zona a saborear algunos de los más exquisitos platillos para lo anterior se entregarán tarjetas de presentación, además se publicará un aviso en la prensa local tres días antes del evento.

2.9.6.2 Publicidad de sostenimiento. Un restaurante es uno de los lugares más apetecidos en todos los lugares del mundo. Por lo tanto el proyecto dará a conocer sus servicios con su nombramiento y promoción agresiva en emisoras radiales, por volantes que se repartirán en todos los sectores aledaños a la ubicación del local, además se elaborará un aviso llamativo con todas las normas requeridas.

2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción.

2.9.7.1 De lanzamiento: A continuación se describe el presupuesto de las herramientas necesarias para la promoción y publicidad de lanzamiento.

Cuadro 63. Presupuesto de publicidad de lanzamiento.

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Arreglo de bombas y festones	1	100.000,00	100.000,00
Alquiler sonido	1	90.000,00	90.000,00
Animador por 8 horas	1	100.000,00	100.000,00
Obsequio cóctel Bacardi	3	20.000,00	60.000,00
Anchetas y obsequios clientes	5	15.000,00	75.000,00
Anuncios en el periódico	1	50.000,00	50.000,00
Cuñas radiales de lanzamiento	3	40.000	120.000,00
TOTAL COSTOS			595.000,00

2.9.7.2 De Operación: En el siguiente cuadro se describen los presupuestos para la operación normal del negocio.

Cuadro 64. Presupuesto de Operación.

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Pendones	1	70.000,00	70. 000,00
Aviso publicitario de Techo de 2 x 2	1	150.000.00	150.000.00
Pancarta en colores blanco y negro de 4 x 4	1	250.000.00	250.000.00
Volantes	1.140	35.00	40.000.00
Anuncios en el periódico	1	15.000.00	15.000.00
Cuñas radiales	2	40.000	80.000.00
TOTAL COSTOS			605.000,00

2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

De acuerdo al estudio de mercados y los resultados de las encuestas realizadas tanto de demanda y oferta se puede concluir que:

- La demanda total de servicios de Restaurante para el año 2004 son 436.058 almuerzos destacando la preferencia del almuerzo normal con precio promedio de \$2.688.
- Según la información suministrada por los propietarios y administradores de los establecimientos que ofrecen el servicio de alimentación y cafetería en la zona el promedio diario de almuerzos vendidos es 60 servicios y la preferencia es el almuerzo normal con el 77% de las ventas. Seguido del almuerzo a la carta con el 12%.

- Para la proyección de la demanda y de la oferta se tuvo en cuenta el índice de crecimiento de la economía que a julio de 2004 estaba en 3.7% anual según el diario económico Portafolio.
- El canal de distribución propuesto indica la disminución de intermediarios facilitadores de materias primas con el fin de disminuir los costos de operación y transporte. Aquí las materias primas se transportan directamente del campo o centro de acopio a la futura empresa.
- Se pudo detectar que el precio promedio de un almuerzo normal oscila entre \$2.500 y \$3500 y el almuerzo media porción entre \$2000 y \$2500 y a la carta entre \$3500 y \$4.000, Además que de 344 personas 320 prefieren el servicio a domicilio en un 92% del total de la población.

Con lo anterior se concluye que existen excelentes condiciones comerciales para desarrollar esta iniciativa demostrando con cifras las posibilidades de montar un restaurante con el fin, de no solo desarrollar una oportunidad de negocio, sino también para apoyar el comercio en el sector y brindar a los trabajadores de las empresas de la zona bienestar y comodidad en sus necesidades básicas.

3. ESTUDIO TECNICO

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Tomando como base la información obtenida del estudio de mercados y teniendo en cuenta los objetivos del proyecto se analizará el tamaño. Localización, procesos, calidad y demás recursos disponibles.

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. El tamaño de un proyecto está determinado por la relación que tenga entre el tamaño del mercado disponible al cual se le pretenden satisfacer unas necesidades y la capacidad de la empresa de la cual se hace la propuesta para satisfacerlo.

Por lo anterior el tamaño de este proyecto está dado por la cantidad de servicios requeridos por la demanda insatisfecha soportados con los equipos de cocina, tiempo en la elaboración de cada alimento y su combinación, y mano de obra utilizada en la cocina, atención al cliente, la caja y los meseros que laborarán en un solo turno durante 9 horas diarias de lunes a sábado.

3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto

- **Demanda.** El tamaño del proyecto pretende ofrecer el servicio un buen porcentaje de la demanda insatisfecha, sin embargo se debe analizar mas profundamente el comportamiento y la tasa de crecimiento de la demanda con el fin de no correr el riesgo de desarrollar propuestas inalcanzables.

De acuerdo a la información de la oferta el tamaño de cada uno de esos establecimientos es pequeño ya que preparan en promedio diario 60 almuerzos y laboran dos o tres personas aproximadamente.

- **Proveedores:** Como se mencionó anteriormente el productor de las materias primas es un intermediario por el cual se paga un sobre costo en comisiones y flete, en el canal de comercialización propuesto se pretende eliminar este gasto y tener relaciones comerciales directamente con los productores y más específicamente con los campesinos mediante conversaciones directas o convenios con centros de acopio.

- **Aspecto financiero.** El tamaño del proyecto depende básicamente del factor económico; de él depende la clasificación de una empresa en pequeña, mediana o grande, por lo tanto se requiere de la consecución de recursos acordes con la capacidad de endeudamiento de la organización.

- **Tecnología y equipos.** Para el desarrollo de las actividades de un restaurante está en segundo nivel la tecnología y maquinaria especializada, aquí impera la excelente atención y profundos conocimientos en culinaria, por lo tanto este proyecto tendrá maquinaria básica para desarrollar su actividad a bajos costos.

3.1.3 Capacidad del Proyecto. Todo proyecto está determinado por la capacidad económica y financiera que lo componen, además de la capacidad de demanda, el nivel de demanda insatisfecha, la capacidad de preparación de alimentos con respecto a las ventas proyectadas; con el fin de cumplir con las obligaciones, aumentar utilidades y lograr la satisfacción de los clientes internos y externos.

3.1.3.1 Capacidad total diseñada. El Restaurante industrial Gironés tomará en arriendo un local; su adecuación le permitirá una correcta y rápida secuencia de todas las operaciones y procesos evitando la interferencia e interrupción en todas las áreas. La capacidad total diseñada está programada para atender diariamente una producción de acuerdo a los siguientes elementos:

➤ **Capacidad de coción.** En la cocina estará ubicada la estufa industrial de 6 fogones distribuidos así:

- 1 Fogón para colocar una olla número 30 para sopa
- 1 fogón para colocar olla número. 30 para arroz
- 1 fogón para cocinar olla número 30 para tubérculos
- 1 fogón para cocinar ingredientes de ensaladas
- 1 Fogón para cocinar carnes. Pollos, etc.

- Las ollas número 30 tienen capacidad para 40 y 50 porciones.

- El horario de coción se realiza con intervalos de 45 minutos cada uno por 3 horas aproximadamente.

$$45 \text{ porciones prom.} \times 4 \text{ cociónes} = 180 \text{ porciones}$$

En las tres horas se obtendrá 180 porciones por olla y la coción total será de 200 almuerzos con todos sus ingredientes, sopa, seco, jugo y postre.

➤ **Personal** De acuerdo a los diagramas de procesos y procedimientos señalados anteriormente se necesitan cuatro personas en esta sección; dos para lavar pelar y picar , otra persona que ayude a las otras labores operativas que son indispensables en la cocina; y otra persona que supervise todos los procesos.

- En la cocina también estará ubicada la estufa para comidas rápidas, tiene 5 fogones y la plancha de azar las carnes, se elaboran alimentos cada 45 minutos en ollas especiales de fritos, cada una con capacidad de 70 a 80 unidades

- Esta estufa se utilizará solamente en el horario de la mañana, ya que los alimentos de cafetería se procesaran en esta jornada, en el tiempo libre que permanezca esta maquina se utilizará como calentador de los alimentos del almuerzo, ya que los productos de cafetería una vez se produzca se colocarán en los calentadores.

Por todo lo anterior si se trabajara en tres turnos se tendría:

300 almuerzos x 3 turnos serian 900 diarios

900 almuerzos diarios x 24 días x 12 meses =259.200 almuerzos al año.

400 Productos de cafetería x 3 turnos =1.200 diarios

1200 x 24 x 12 = 345.600 productos. Al año

Las operaciones realizadas indican que la capacidad diseñada alcanza a cubrir mas del 100% de la demanda insatisfecha de servicios de restaurante y se activarían los clientes que utilicen el servicio de cafetería.

La maquinaria y equipo y las herramientas que se van a utilizar son las necesarias para realizar las diferentes funciones perfectamente. Las demás áreas de comedores, baños, bodega, cocina, zonas verdes y de parqueo se definen en la distribución de la planta.

3.1.3.2 Capacidad Instalada. La capacidad instalada en el área de comedores está diseñada para atender aproximadamente 300 personas. Además contará con mano de obra calificada y con todas las medidas de sanidad y seguridad expuestas posteriormente. El parqueadero tendrá una capacidad de 40 vehículos, las zonas verdes. están localizadas alrededor de todo el local para el bienestar y la diversión de los clientes. También se ubicará un sitio especial para el manejo de desechos de 2 mts² y una zona

de descargue de mercancías localizada al respaldo de la entrada principal y así evitar las interrupciones en cada labor.

Se espera cubrir las necesidades del 99% de demanda insatisfecha ya que se producirán 55.776 almuerzos al año para cubrir 56.234 en una población de 1.868 trabajadores de la Zona Industrial de Chimitá, poniendo a disposición no sólo las instalaciones y la planta física sino todos los servicios y el personal para su atención. Con el porcentaje de cubrimiento se espera mejorar la prestación del servicio con respecto al que presta la competencia y activar nuevos clientes aumentando las ventas en el proyecto.

Para el caso de los servicios de cafetería se adecuaran equipos medianos para mantenerlos calientes. Como estos alimentos tienen mucha oferta se espera ofrecer buen servicio en alimentos de excelente calidad con el fin de captar nuevos clientes y permanecer activos los que ya existían. Iniciando se instalarán equipos para 300 productos diarios de cafetería para una duración de 3 horas. Para la bebida acompañante se manejará una nevera autoservicio con bebidas frías y de greca funcionará una greca para capacidad de 80 tintos y/o aguas aromáticas que también son las que más se demandan.

3.1.3.3. Capacidad utilizada y proyectada. Se utilizará inicialmente el 66% de la capacidad total diseñada, se aumentará la producción de acuerdo al porcentaje del crecimiento de la economía año 1 3.7%, año 2, 4%, año 3, 4.3%, año 4, 4.5% y año 5, 4.8%; todo esto en un turno laboral de 9 horas diarias de lunes a sábado que equivalen a 5.81 días promedio a la semana, en este tiempo la demanda utilizará los servicios de restaurante y cafetería. La producción para el primer año será de 200 almuerzos y 300 servicios de cafetería.

Cuadro 65. Proyección capacidad utilizada servicio de restaurante

Respuesta	%	no. Alm. dia	no. Alm. semana	no. Alm. año
Almuerzo corriente 1/2 porción	7%	14	81	3.904
Almuerzo corriente normal	77%	154	895	42.948
Almuerzo a la carta	16%	32	186	8.924
Total	100%	200	1.162	55.776

En esta tabulación se muestra que anualmente se pueden producir 55.776 servicios de restaurante.

Para el caso de los servicios de cafetería se tienen una capacidad para elaborar 300 servicios al día.

Cuadro 66. . Proyección capacidad utilizada servicios de cafetería

Producto	% vtas diarias	serv. dia	serv/sem. 5,81 dias	serv. año
Empanadas	28%	84	488	23.426
Buñuelos	11%	33	192	9.203
Sandwich	2%	6	35	1.673
Almojabanas	2%	6	35	1.673
Pizza	2%	6	35	1.673
Pandeyucas	1%	3	17	837
Hamburguesas	2%	6	35	1.673
Pan	35%	105	610	29.282
Papas rellenas	15%	45	261	12.550
Total	100%	300	1.708	81.991

En esta tabulación se muestra que anualmente se pueden producir 81.991 servicios de cafetería, trabajando 5.81 días a la semana.

3.2 LOCALIZACION

3.2.1 Macrolocalizacion. Para el desarrollo de las actividades el Restaurante Industrial Girones se ubicará en la zona industrial de Chimitá en el municipio de Girón en el departamento de Santander.

3.2.2 Microlocalización. Para la localización del proyecto en la zona industrial de Chimitá se analizarán tres locales de la zona y se determinará el local mas adecuado por el método de puntos.

- Conglomerado parque Industrial Chimitá, ubicada en el conglomerado parque industrial, canon de arrendamiento \$400.000, todos los servicios.
- Entrada principal de la empresa Saceites S.A, Km. 1 vía Chimitá zona industrial, canon de arrendamiento \$550.000, todos los servicios.
- Frente a la empresa Wonder, bodega industrial canon de arrendamiento \$500.000 todos los servicios Vía Chimitá no. 15-32.

Para efectos del estudio se procede a determinar el área de localización aplicando el método cuantitativo por puntos con un pontaje que oscila de 1 como menor a 10 como mayor.

3.2.2.1. Selección por método de puntos

3.2.2.1.1 Selección de factores.

- Seguridad: este factor es de vital importancia en un país como Colombia visto en el exterior como el más peligroso del mundo y con declaratoria de guerra teniendo en su entorno varios grupos que actúan en el conflicto (Guerrilla, FARC, EPL, ELN, Paramilitares, delincuencia común) y violador de los derechos humanos, el pronunciamiento está contenido en la Declaración de la Cumbre realizada por Jefes de Estado y de gobierno de la Unión Europa, América Latina y el Caribe en España en mayo de 2002. PESO 25%

- Vías de acceso: es importante este análisis ya que se facilita a los trabajadores desplazarse hacia el restaurante y posiblemente se logre aumentar la demanda por la visita de los transportadores, turistas y habitantes del sector, PESO 15%
- Disponibilidad del sitio: este factor se tiene en cuenta para determinar si existen locales o terrenos disponibles para el restaurante PESO 15%
- Ubicación: ésta se evaluó de la encuesta y se determinó que la futura empresa debe estar ubicada en el centro de la zona industrial de Chimitá para favorecer a los trabajadores de las empresas que quedan ubicadas hacia el norte y hacia el sur de esta zona. , PESO 30%
- Costo de servicios públicos: Los costos de servicios públicos aumentarían o disminuirían la rentabilidad del negocio, adicionalmente se evalúa el acceso a estos servicios como agua, luz, teléfono, gas. PESO 15%

3.2.2.1.2 Ponderación y división de factores en grados: para determinar la calificación en grados se hará del 1 es el de menor importancia al 3 de mayor importancia Además la ponderación para cada factor de acuerdo a la importancia de los investigadores.

Cuadro 67. Ponderación y división de factores en grados

NO FACTOR.	FACTOR	GRADOS	DESCRIPCION
1	SEGURIDAD Ponderación 25%	1	Poca seguridad en el sector
		2	Regular seguridad en el sector
		3	Alta seguridad en el sector
2	VIAS DE ACCESO Ponderación 15%	1	Pocas vías de acceso
		2	Regular vías de acceso
		3	Muchas vías de acceso
3	DISPONIBILIDAD DE LOCALES Ponderación 15%	1	Escasez de locales en el sector
		2	Mediana oferta de locales comerciales
		3	Gran oferta de locales comerciales
4	UBICACIÓN Ponderación 30%	1	Hacia el centro de la zona industrial
		2	Area aledaña a la zona industrial
		3	Ingresando costado sur zona industrial.
5	COSTO DE SERVICIOS PUBLICOS Ponderación 15%	1	Bajos costos en servicios públicos
		2	Costos accequibles de servicios públicos
		3	Altos costos en servicios públicos

3.2.2.1.3 Puntuación de factores. Se asignan entre 100 y 500 puntos para encontrar el puntaje máximo, mientras que el mínimo será igual a 0.

Cuadro 68. Puntuación de factores

NO. FACTOR	DESCRIPCION	PONDERACION	PUNTAJE
1	SEGURIDAD	25%	250
2	VIAS DE ACCESO	15%	150
3	DISPONIBILIDAD	15%	150
4	UBICACIÓN	30%	300
5	SERVICIOS PUBLICOS	25%	250

3. 2.2.1.4 Puntuación de grados

Consiste en aplicar puntos para cada grado dentro de cada factor con la siguiente fórmula

Fórmula:

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

Resolviendo la fórmula en cada uno de los factores se tiene que:

$$F1 \quad r_1 = \frac{250 - 0}{3 - 1} = 125$$

$$F2 \quad r_2 = \frac{150 - 0}{3 - 1} = 75$$

$$F3 \quad r_3 = \frac{150 - 0}{3 - 1} = 75$$

$$F4 \quad r_4 = \frac{300 - 0}{3 - 1} = 150..$$

$$F5 \quad r_5 = \frac{250 - 0}{3 - 1} = 125.$$

3.2.2.1.5 Calificación de grados. Se asignan los grados correspondientes a cada factor de acuerdo con las posibles ubicaciones del restaurante.

Cuadro 69. Calificación de grados a cada factor de acuerdo al sector

SECTOR FACTOR	CONGLOMERADO PARQUE INDUSTRIAL	ENTRADA PRINCIPAL SACEITES S.A	ENTRADA ZONA INDUSTRIAL, FRENTE WONDER S.A
F1	3	2	1
F2	3	3	3
F3	3	3	2
F4	2	3	2
F5	2	3	2

3.2.2.1.6 Puntaje de grados: Aquí se les da valor a los grados de acuerdo a los factores

Cuadro 70. Puntaje de los grados

GRADO FACTOR	1	2	3
F1	0	125	250
F2	0	75	150
F3	0	75	150
F4	0	150	300
F5	0	125	250

3.2.2.1.7 Determinación de la ubicación. De acuerdo a los puntajes de los grados se evalúan las alternativas de ubicación de acuerdo al mayor número de puntos.

Cuadro 71. Determinación de la ubicación.

SECTOR FACTOR	CONGLOMERADO PARQUE INDUSTRIAL		ENTRADA PRINCIPAL SACEITES S.A		ENTRADA ZONA INDUSTRIAL, FRENTE WONDER S.A	
	grado	Puntaje	Grado	Puntaje	Grado	Puntaje
F1	3	250	2	125	1	0
F2	3	150	3	150	3	150
F3	3	150	3	150	2	75
F4	2	150	3	300	2	150
F5	2	150	3	300	2	150
TOTAL PUNTOS	850		1.025		525	

Según los resultados del método de puntos el sector más viable para la instalación de la futura empresa en la zona Industrial es la entrada principal empresa SACEITES S.A., Ubicada en el Km. 1 vía Chimitá. Cuyos factores predominantes fueron vías de acceso, disponibilidad del local y ubicación.

3.2.2.2 Costo de transporte y de productos. Para este proyecto los costos de transporte de insumos no se tendrán en cuenta ya que serán asumidos por los proveedores, de acuerdo a las cláusulas de la negociación. Los insumos se comprarán en la central de abastos CENTROABASTOS, es un lugar que está ubicado a unos cuantos kilómetros del punto óptimo de localización.

3.2.2.3. Ubicación del local. Actualmente se encuentra a disposición un local con todos los servicios, el cual es propiedad de la empresa SACEITES S: A. Tiene las siguientes características:

- Cuenta con servicio de vigilancia por parte de la empresa DELTHA SEGURIDAD que además de prestar sus servicios a la empresa también lo hace para el local, ya que esta actualmente desocupado,
- El contrato de arrendamiento se hace directamente con la empresa y su canon son \$500.000 mensuales.
- Este local Posee todos los servicios públicos: Agua, luz, gas, teléfono y Servicio de televisión y parabólica (según el DR. JHON BARBOSA, Gerente de Saceites estos servicios se acondicionaron porque anteriormente funcionaba una Panadería.
- Por este local se pagan los impuestos correspondientes a establecimientos de comercio ante la DIAN y demás entidades gubernamentales y municipales.
- Cuenta con extractor de olores, desagües de agua, sitio especial para desechos orgánicos (Reglamentación del POT y la CDMB) y lo rodea una abundante vegetación. No tiene zonas de parqueo pero los propietarios del terreno permiten adecuarlas
- El inmueble cuenta con protección contra moscas, murciélagos y demás insectos.

3.2.2.4 Ubicación de los consumidores y usuarios: Los consumidores tendrán el placer de disfrutar de un espacio de 400 mts² donde estarán sentados en las diferentes mesas de madera. , Cada mesa estará compuesta por cuatro (4) sillas también de madera.

3.2.2.5 Localización de materias primas y demás insumos. Estos elementos estarán ubicados en la bodega de 25 mts² que está al respaldo en la parte del parqueadero

3.2.2.6 Condiciones higiénicas.

Higiene personal: La salud de quienes manejan los alimentos participa en forma activa en la sanidad general del establecimiento.

Los empleados pueden ser fuente de bacterias que causan enfermedades o intoxicaciones. Gran número de enfermedades se originan en los trabajadores enfermos o con una deficiente higiene personal. También se puede ocasionar en la inadecuada manipulación de alimentos.

Es conveniente someter al personal a exámenes bacteriológicos y clínicos frecuentemente, aunque esto no siempre garantiza la exentidad de microorganismos patógenos peligrosos contaminación de virus.

Higiene en áreas de trabajo. Es importante contar con abundante provisión de agua pura y limpia de bacterias para la preparación de alimentos. . Para la excelente limpieza de los canales es conveniente recurrir a un lavado de aspersion, utilizando paños especiales. También es conveniente proveerse de tapabocas, mangas de riego y útiles de limpieza, también de un lugar especial para esterilización de equipos y utensilios con vapor y con agua caliente. En caso contrario, utilizar desinfectantes químicos como el cloro que no deja rastros Como se menciona anteriormente el local cuenta con protección contra moscas y demás insectos.

3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO

3.3.1 Ficha técnica del producto

Cuadro 72. Ficha técnica del producto

PRODUCTO PRINCIPAL	Almuerzo corriente normal			
DISEÑO	Presentación Almuerzo normal.- 			
ESPECIFICACIONES El individuo debe ingerir entre 1.500 y 1600 calorías En el almuerzo diariamente. Líquido opcional.	Alimento	Clase	Cantidad Gr.⁸	No. calorías
	Arroz	Carbohidrato	26.35gr.	300
	Papa	Carbohidrato	26.35g.	300
	Carne	Proteína	26.35g.	230
	Zanahoria	Carbohidrato	26.35gr.	250
	Remolacha	Carbohidrato	26.35gr.	250
	Aceites de cocina	Aceites y grasas	26.35gr.	300
	Jugo	Opcional		
	Sopa	Opcional		
	TOTAL COMBINACION NUTRICIONAL			158.10gr⁹.

Fuente. Disponible Internet Alimentacionsana.com.arg

⁸ De acuerdo a las medidas de peso 26.35Gr. corresponde a 1 onza es decir una porción

Además de la ficha técnica del producto se detalla a continuación las generalidades de todos los factores que implican el desarrollo de las actividades del restaurante.

3.3.2 Descripción técnica del proceso.

3.3.2.1 Proceso de compra de Insumos. Aquí se describe el proceso de compra para desarrollar las actividades diarias en un turno, es decir 8 horas laborales desde las 4:00 a.m. hasta las 3:00 p.m.

El encargado de compras tanto de insumos como materia prima será El Coordinador de logística que en compañía del jefe de cocina. Acuerdan las actividades a desarrollar.

- El Coordinador logístico Investiga sobre los proveedores disponibles en la zona (de acuerdo al canal de comercialización es La Central de Abastos de Girón CENTROABASTOS)
- El coordinador logístico solicita las cotizaciones vía fax y por correo electrónico a los posibles proveedores.

Después de recibir cotizaciones, las evalúa y aprueba:

- Condiciones de entrega: en la puerta de la bodega de almacenamiento del restaurante.
- Condiciones de pago: productos perecederos a la semana, contado y productos de supermercado a crédito 20 días.
- Hora de entrega: lunes y jueves 4:00 a.m.

- Transporte: Se entrega en la puerta de la bodega de almacenamiento del restaurante.

Una vez aprobadas las cotizaciones de los proveedores y acordadas todas las condiciones de pago y transporte y entrega;

- El Coordinador Logístico en compañía del jefe de cocina realiza un cronograma Actividades para todo el mes. aquí determinan los productos que se van a utilizar para la elaboración de los menús diarios (cantidades)
- El Coordinador logístico solicita a sus proveedores los productos o alimentos para cocido, bebidas, insumos, productos de supermercado, etc.)
- El Coordinador logístico pasa pedidos (Ver anexo G) a jefe de cocina para recibir los productos.
- El jefe de cocina en compañía de su asistente recibe los productos, si esta de acuerdo con lo estipulado en al factura, devuelve el pedido, y la factura del proveedor al coordinador logístico y este a su vez elabora la orden de pago efectivo en caso de que la negociación sea de contado y es a crédito elabora orden de pago posfechado especificando la fecha del cheque posfechado y pasa a Coordinación logística para su aprobación.
- Coordinador logístico pasa a la cajera- pagadora para cancelación de efectivo si es de contado o realización de cheque si es a crédito.
- El cheque junto con la factura y pedido debidamente autorizados pasan a firmas de la gerencia, esta devuelve documentos a la pagadora. Con su visto de aprobación.

- Cajera-pagadora cancela facturas a proveedores.

Para la elaboración de un lote de 200 almuerzos diarios se utilizarán varios implementos y se realizará cronometrización de tiempos.

Cuadro 73. Resumen de proceso de compras

PROCESO	UTENSILIOS O DOCUMENTOS	TIEMPO UTILIZADO	CUANDO SE REALIZA
1. Plan de trabajo	Formato cronograma de actividades. Para el mes siguiente	2Horas	El día 25 de cada mes.
2. Investigación del proveedor	Estudio del proveedor	3 horas	Dos días antes de realizar las compras
3. Distribuye solicitudes de cotizaciones.	Comunicación solicitud cotización	2 horas	Dos días antes de hacer pedido
4. Aprobación de cotizaciones	Cotización del proveedor	2 horas	Dos días antes de hacer pedido
5. cronograma de actividades mensual	Formato de cronograma de actividades	2 horas	Día 25 de cada mes
6 Menú del día	Formato de menús mensual	3horas	Día 25 de cada mes
7. Solicitud de productos	Pedido de materia prima e insumos	1 hora	Día 29 de cada mes para productos de supermercado. Día anterior para productos perecederos
8. recibo de materia prima	Copia de pedido. factura	1 hora	A las 4:00 a.m. lunes y jueves.
9. orden de pago	orden de pago efectivo Orden de pago posfechado	1 hora	Mismo día de recibo de mercancía
10. cancelación factura	Comprobante de pago cheque	15 minutos	Mismo día de recibo mercancía

3.3.2.2 Proceso de preparación y elaboración de alimentos: Una vez los productos e insumos se encuentren en la bodega de almacenamiento:

- Se seleccionan los productos para ser lavados arreglados y acomodados en el sitio destinado para cada uno.
- Una vez realizado el cronograma del menú del día; Se pasa la orden de cocina (Ver anexo I) para la selección de los productos.
- El jefe de bodega pasa a la asistente de cocina los productos de acuerdo a la orden o solicitud de cocina.
- Los productos se revisan y verifican que estén en buen estado.
- Se lavan y cortan las hortalizas, legumbres, frutas, verduras, tubérculos, pollo. , Carnes o pescados.
- Se colocan las ollas de 30 lts. con agua.
- Distribuir los productos en cada olla y agregar cebolla, sal, ajo, tomate, cilantro y demás.
- Cortar carne por porción y adobarla, dejarla lista para asar o freir. Se hace lo mismo con el pescado. La carne molida y el pollo.
- Preparación de ensaladas y postres.
- Preparar jugos o bebidas líquidas acompañantes del almuerzo.
- Preparar los empaques para los servicios a domicilio y vestir las mesas.

Cuadro 74. Resumen de proceso de preparación de alimentos

PROCESO	UTENSILIOS O DOCUMENTOS	TIEMPO UTILIZADO	CUANDO SE REALIZA
1. Selección de productos	Canastas, canastillas, refrigerador, neveras, canecas	1 hora	4 :30 a.m. Todos los días
2. Elaboración salida de bodega	Formato: salida de bodega	1 hora	5:00 a, m todos los días.
3.Revision de productos.	Guantes, sellos, formato de averías, formato devoluciones a bodega.	1 horas	6:00 a, m todos los días.
4. Lavado, pelado y picado de materias primas	(Implementos: Tinas, cestas, platones, coladores, cuchillos, cortadoras y picadoras. Materias primas; papas, yucas, arroz, granos, carnes, pescado, pollo, frutas, etc.	2 horas	7:00 a,m todos los días.
5. Cocion de alimentos	Ollas de 30 lts y estufa industrial 6 quemadores	2 horas	9:00 a, m todos los días
6. Preparación de ensaladas y jugos naturales y bebidas acompañantes	Utensilios: Tinas, coladores, bandejas cuchillos, picaronas, y rayadores. Materia prima: verduras, hortalizas, tubérculos, frutas, etc.	1 horas	10:00 a,m todos los días
6. Alistar empaques, alistar utensilios de cocina y preparar y vestir mesas	En sala: Mesas. Sillas, saleros, servilleteros, recipientes de ají, palillero y cartas de menú. En cocina: cubiertos cucharas cuchillos, platos pequeños y grandes, bandejas y vasos. Además de alistar los empaques para los servicios a domicilio como bolsas y bandejas en Icopor cubiertos cucharas y cuchillos desechables.	1 hora	11:00 a, m todos los días

3.3.2.3 Procedimiento de ventas: Una vez listas las mesas, meseros, utensilios menores y ayudantes de cocina

- Poner música ambiental
- Invitar al cliente a seguir a las mesas
- Entregar carta de menú (ver anexo k), describiendo cada uno de los componentes del servicio
- De acuerdo a la solicitud del cliente pasa orden de pedido a la cocina.
- Servir el plato con utensilios y bebidas acompañantes y llevarlos a la mesa.
- Cliente solicita cuenta y cancela en caja
- Invitar al cliente a volver y entregar aperitivo (dulces)

Al mismo tiempo la recepción: (labor de la cajera recibidora - pagadora)

- Toma de servicios a domicilio
- Alistamiento de estos pedidos (Ver anexo K) en cada empaque
- Elaborar planilla de satisfacción y entrega (Ver anexo M)
- Entregar copias de facturas y recepcionar dinero. (Ver formato M)
- Entregar dinero en caja, de acuerdo con la planilla de satisfacción y entrega.

Cuadro 75. Resumen de procedimiento de venta

PROCESO	UTENSILIOS O DOCUMENTOS	TIEMPO UTILIZADO	CUANDO SE REALIZA
1. Colocar música ambiental	Equipo de sonido y cds. Música ambiental.	10 minutos por servicio	12:00 m. Todos los días
2. entregar carta del menú	Cartas de menús	10 minutos por servicio.	12:10 a,m todos los días.
3. pasar pedido a cocina.	Pedido	5 minutos por servicio	12:15 m todos los días.
4. servir en la mesa.	Bandejas para llevar el servicio	5 minutos por servicio	12:20 m todos los días.
5. Emisión de factura	Factura preimpresa con todos los requisitos legales	2 minutos	12.3 m. Todos los días
6. Recepción de dineros y entrega de aperitivos.	Caja registradora, dulces o cualquier pasabocas	5 minutos	12.35 p.m. todos los días.
PARA SERVICIO A DOMICILIO			
1. Al mismo tiempo, recepción de llamadas pedidos a domicilio	Formato de solicitud de pedidos	5 minutos	11.00 a.m.
2. Pasa pedidos a cocina	Planilla de solicitudes de pedidos	1 hora	12:00, m
3. Diligencia planilla de satisfacción y emite factura	Planilla de satisfacción del cliente, Factura.	10 minutos	12:10 p.m.
4. Despacho de pedidos	Planilla de satisfacción y factura	10 minutos	12.20 p.m.
5. entrega de pedidos y diligenciamiento de planilla de satisfacción	Moto, mensajero, canastilla para empaque de almuerzos, cajilla de dinero	10 minutos	12:30 p.m.
6. Entrega de dinero y planilla de satisfacción	Dinero y planilla de satisfacción	10 minutos	12:40 p.m.

3.3.2.4. Procedimiento de posventa. Una vez terminada la atención personalizada y entregados los servicios a domicilio:

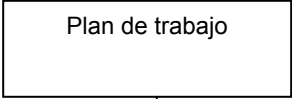
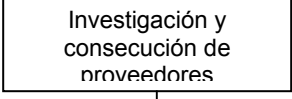
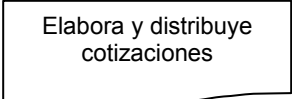
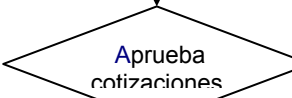
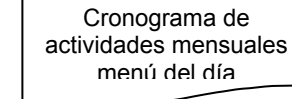
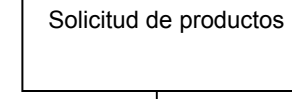
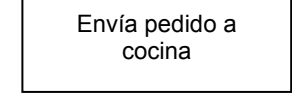
- Recoger y lavar los implementos de las mesas.
- Recoger desechos en el lugar indicado
- Realizar el cuadro y arqueo de caja
- Hacer aseo general de las instalaciones
- Botar basuras orgánicas.
- Vender los desechos alimenticios.
- Reunión evaluación del servicio.

Cuadro 76. Procedimiento de posventa

PROCESO	UTENSILIOS O DOCUMENTOS	TIEMPO UTILIZADO	CUANDO SE REALIZA
1. Recoger de la mesa y lavar implementos	Bandejas, agua, jabón, toallas, plateros industriales.	30 minutos	1:30 p.m. todos los días
2. Recoger desechos.	Caneca industrial empaque especializado para desechos orgánicos y alimenticios	20 minutos.	1.50 p.m. todos los días
3. Realizar cuadro y arqueo de caja	Formato de cuadro y formato de arqueo de caja	20 minutos	2; 10 p.m. todos los días.
4. Aseo general de las instalaciones.	Tinas, cestas, baldes, jabón y bastante agua, traperos, escobas, esponjillas, cepillos y toallas.	1 hora	12:20 p.m. todos los días.
5. Vender desechos alimenticios	Elaboración de factura y recibo de caja por otros ingresos	30 minutos	3:20 p.m. Todos los días
6. Reunión evaluación del servicio	Acta de grupo natural o primario buzón de sugerencias y formato de quejas y requerimientos.	30 minutos	4:00 p.m.

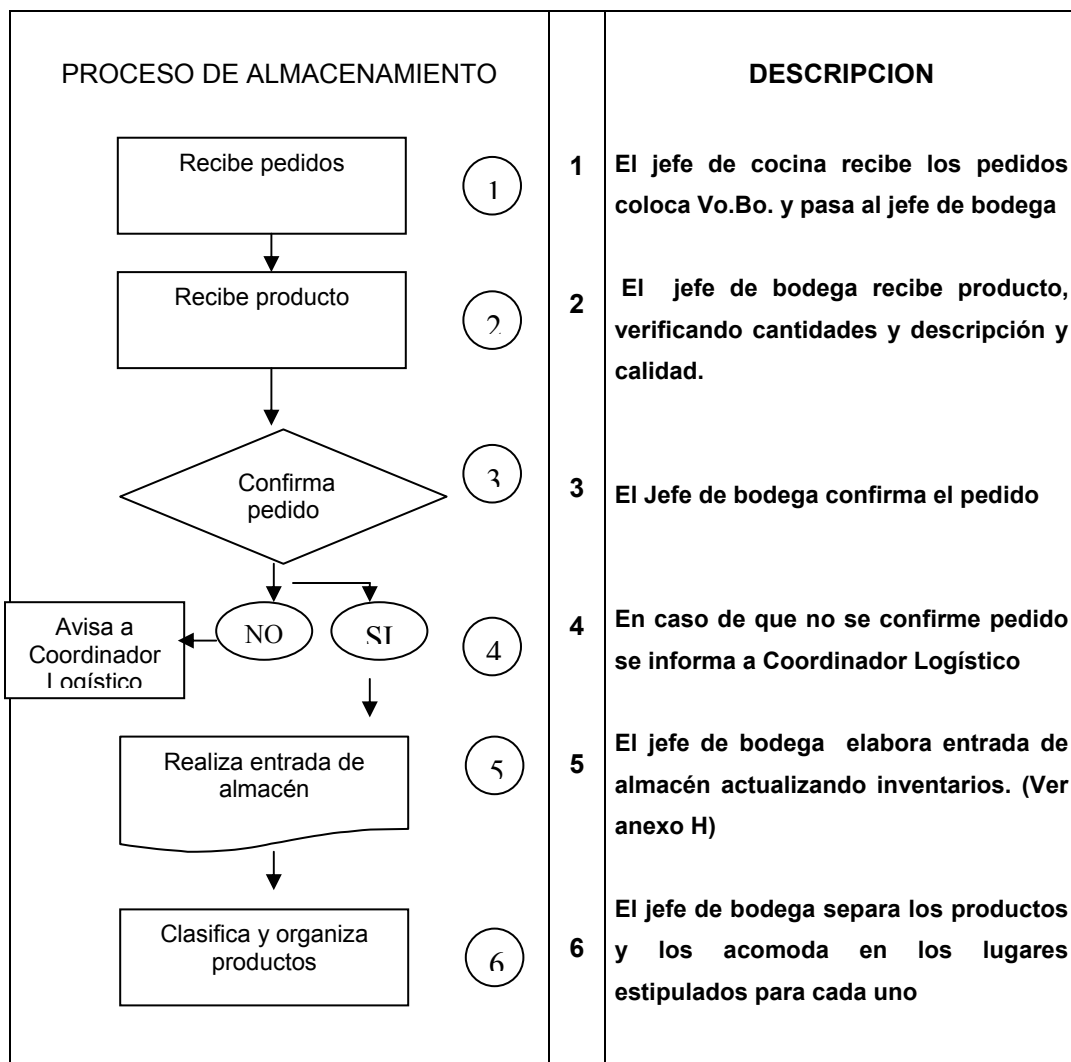
3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento. Los diagramas que se describen a continuación son una cadena de funciones, inicia el coordinador logístico con el contacto con proveedores y toma de pedidos.

3.3.3.1 Diagrama de procesos para compra de materias primas e insumos

Cuadro 77. Procedimiento de compra de materia prima		DESCRIPCION
	1	El Coordinador logístico realiza plan de trabajo
	2	El coordinador logístico realiza toda la investigación y consecución de posibles proveedores. (ver anexo F)
	3	El Coordinador logístico elabora y distribuye cotizaciones
	4	Después de que llegan las cotizaciones el Coordinador aprueba las más convenientes
	5	El Coordinador logístico en compañía del jefe de cocina elaboran el cronograma de actividades incluyendo los menús diarios de un mes.
	6	El coordinador logístico realiza los pedidos a los proveedores mediante formato de pedido (ver anexo G)
	7	Coordinador logística envía pedido a jefe de cocina

3.3.3.2 Diagrama de procedimiento para almacenaje de materias primas. Una vez organizado el cronograma de actividades en donde se incluye el menú del día, el jefe de cocina envía a la asistente de cocina a la bodega de almacenamiento con la solicitud de cocina debidamente diligenciado. (Ver anexo I) El jefe le entrega los productos de acuerdo a dicho formato en este momento se inicia el proceso y desarrollo de las actividades en la cocina para la clasificación y preparación de los alimentos.

Cuadro 78. Diagrama de almacenaje de materias primas



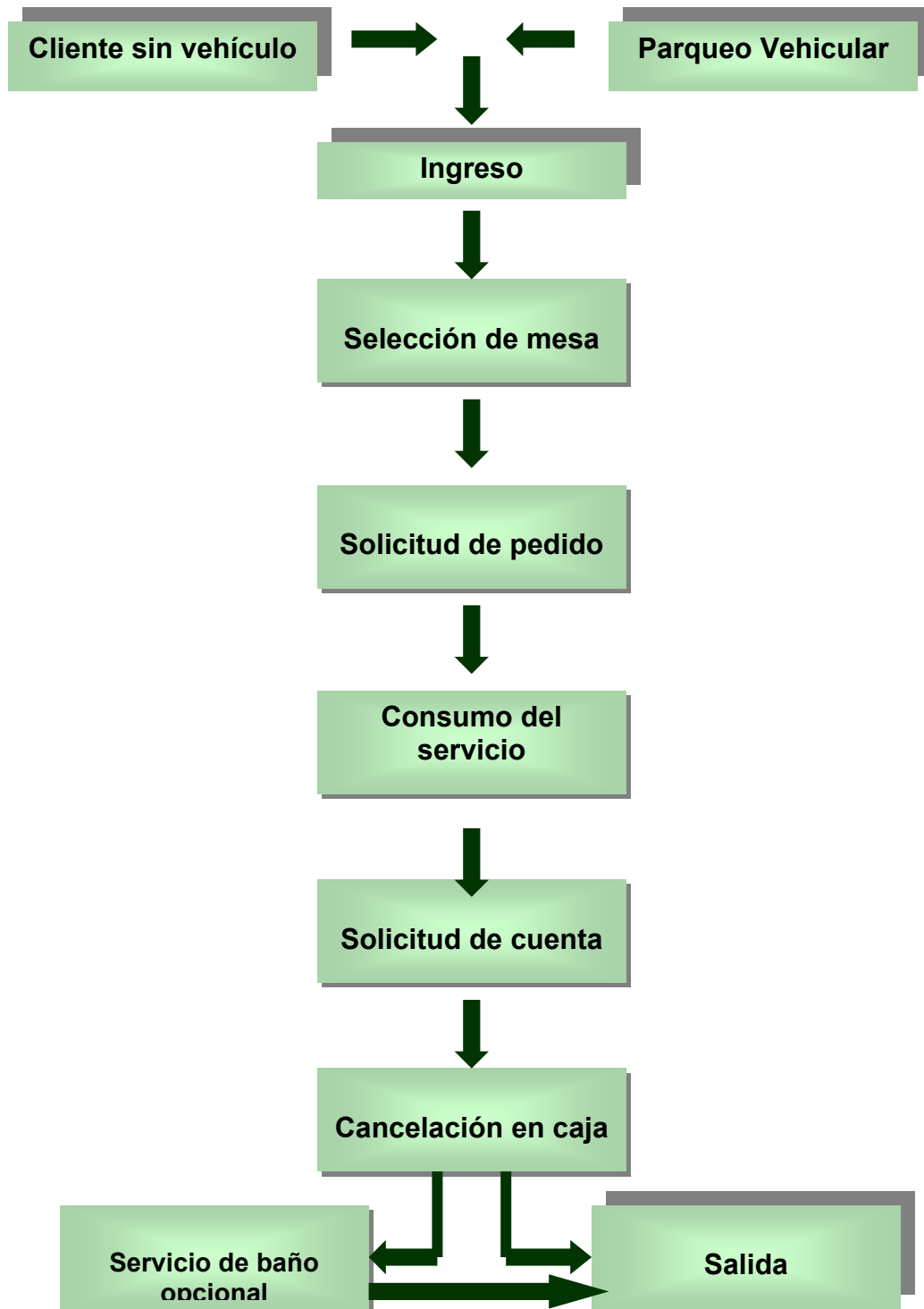
3.3.3.3 Diagrama de operaciones preparación de alimentos.

Cuadro 79. Diagrama de operaciones de preparación de alimentos

PROCESO DE COMPRAS		DESCRIPCION
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin-bottom: 10px;">Selección de alimentos</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	1	1 El Jefe de cocina solicita a jefe de bodega los insumos de acuerdo a la colatitud de cocina.
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin-bottom: 10px;">Lavar, pelar y picar</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	2	2 Una vez los productos en la cocina, los auxiliares lavan, pelan y pican. Y colocan en los recipientes correspondientes.
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin-bottom: 10px;">Coción de alimentos</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	3	3 Una vez los alimentos están listos se colocan en la estufa industrial en las ollas d numero 30
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin-bottom: 10px; text-align: center;">component e de</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	4	4 Las auxiliares revisan la lista de ensaladas y jugos del día.
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin-bottom: 10px;">Elaboración de jugos y ensaladas</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	5	5 Las auxiliares de cocina combinan las ensaladas y preparan los jugos.
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin-bottom: 10px;">Elaboración de postres</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	6	6 La asistente de cocina prepara los postres
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin-bottom: 10px;">Revisión de alimentos</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	7	7 El jefe de cocina revisa la preparación de alimentos.
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin-bottom: 10px;">Alistamiento de utensilios</div> <div style="text-align: center;">↓</div>	8	8 Todos los integrantes de cocina alistan los utensilios mayores y menores
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin-bottom: 10px;">Espera pedido</div>	9	9 La asistente espera pedido del mesero

3.3.34 Procedimiento de venta

Figura 49. Diagrama de venta



3.3.4 Control de calidad. El control de calidad e higiene es importante para todos los establecimientos que ofrecen servicios de alimentación, no solo por proteger al consumidor; sino mantener la calidad del producto sino por el prestigio del mismo negocio.

3.3.4.1 Control Sanitario: Aquí se describe el control que se va a llevar a acabo en:

Aguas el líquido debe estar libre de gérmenes e impurezas en su defecto se debe incluir en el plan de control de calidad el programa de tratamiento de aguas.

Desechos: Constantemente el jefe de cocina revisará los productos más perecederos como las verduras, frutas, legumbres y tubérculos, si aparecen alimentos en mal estado de difícil consumo estos alimentos se les hará salida de almacén para descargar inventarios. Estos alimentos y los demás desechos se deben mantener en bolsas de polietileno separados por categoría biodegradable. De disolución lenta y los retornables dentro de canecas cerradas y tapadas elaborados en lata o aluminio que internamente contengan varias capas de acrílico para evitar el pegante, mal olor, contaminaciones y infecciones de insectos y animales rastreros. Los desechos alimenticios se venden a las compañías criadoras de cerdos como ingrediente de lavasa el precio de galón \$2.000. Los demás desechos son recogidos por el carro del aseo todos los martes. Jueves y sábado a las 3:30 p.m. esta función esta bajo la responsabilidad del jefe de bodega. Las canecas están ubicadas en la parte de atrás del establecimiento. El horario de entrega de desechos alimenticios será los días martes miércoles y viernes a las 3:00 p.m. Cuando se haya cerrado el servicio. En estos mismos días la auxiliar de cocina y la señora de servicios generales se encargará de lavar y desinfectar estas canecas para evitar los malos olores a los alrededores.

3.3.4.2 Control en productos

Almacenamiento: Es importante mantener un estricto programa de control de calidad

- Los productos vegetales se clasificarán por especie y se lavarán inicialmente, se cortarán de tal manera que se agrupen en cantidades para ser introducidas en bolsas de polietileno para su conservación, se etiquetan resaltando la fecha para incluirlas en el congelador y así conservarlas.
- Ningún producto podrá permanecer mas de 25 días.
- Los granos se almacenan en recipientes cerrados, esto con el fin de evitar que los roedores dañen el empaque y deterioren el contenido. Se clasifican por especie y se colocan en los anaqueles respectivos. Estos productos son muy estables en estado seco por lo tanto deben estar los lugares exentos de humedad.
- Las carnes se cortaran en porciones preestablecidas según el gramaje del plato ofrecido, se salaran e introducirán en bolsas de polietileno para ser congeladas posteriormente. Las propiedades físicas de las carnes dependen de la retención de agua que contenga.
- Los productos de rancho se colocarán en anaqueles adecuados y se marcaran los envases con pintura vegetal de acuerdo a la fecha de vencimiento.
- Los productos de congelados como bebidas, jugos en caja, yogures y demás se mantendrían en este estado hasta un nuevo requerimiento, se debe estar vigilando las fechas de vencimiento.
- Todos los alimentos deben conservarse en sitios ventilados, aseados y bien tapados
- Se deben tener utensilios específicos para manipular cada producto, esto permitirá la desinfección y limpieza adecuada de cada utensilio.
- Se eliminará los restos de tierra, parásitos y otras impurezas con un buen chorro de agua.

- En los productos terminados o alimentos sin preparar o ya cocidos existen características funcionales que determinan sus usos y cualidades principales las cuales son determinadas por el color, sabor, aroma, aspecto y demás propiedades organolépticas

3.3.4.3 Control en el sistema de servicio al cliente. Para una adecuada presentación y mantener un estricto control en este ciclo se debe tener en cuenta:

Hábitos del manipulador de alimentos: el manipulador de alimentos tiene la responsabilidad de respetar y proteger la salud de los consumidores.

Un manipulador debe conocer las bases los que constituye una correcta manipulación ya que puede ser portadora de transmisión de gérmenes patógenos.

- Las manos son el principal instrumentado de trabajo de un manipulador pero también de transmitir los gérmenes en los alimentos. Un manipulador de alimentos debe lavarse las manos al iniciar la jornada, después de ir al baño, después de tocar utensilios de acero y objetos poco limpios, después de tocar el cabello, nariz o boca; por las manipulaciones de materias diferentes, después de una ausencia. Es importante también cortarse las uñas, quitarse las joyas y relojes.
- Evitar fumar, mascar chicle, toser sobre los alimentos.
- La dotación de los manipuladores de alimentos esta compuesta por bata, gorro para el cabello, guantes y calzado.
- Cuando algún miembro del personal de cocina esta enfermo es mejor alejarlo temporalmente hasta su alivio.

Control en las zonas de parqueo. Se debe mantenerlas zonas de parqueo señalizadas de acuerdo a las normas de transito: mantener los

árboles y jardines podados y con ramificaciones agradables a la vista del cliente.

Otras zonas de control son: comedor, baños internos y externos, zona de cargue y descargue, lugares en los cuales deber permanecer libres de impurezas, ya que son el rostro del negocio.

Presentación personal. Todos y cada uno de los empleados deben permanecer con indumentaria de dotación completa para atender al cliente, se debe respetar los espacios para cada cargo, cada empleado debe concentrarse en su labor mientras el establecimiento este abierto al publica, se debe mantener las normas de protocolo y cortesía en cada uno de los empleados. Es importante mantener una apariencia agradable. Ellos son la imagen del negocio.

La cultura corporativa de la empresa tiene una sola filosofía

“Compromiso y sentido de pertenecía de los elementos que constituyen la organización para hacer y pensar las cosas bien desde el principio”

El proceso de selección de personal está encaminado a contratar personal experimentado en manipulación de alimentos y servicio al cliente teniendo en cuenta su experiencia laboral, parte cognoscitiva y desempeño social y profesional.

Es de aclarar que se nombra un Coordinador logístico el cual es el motivador y el comunicador para que se cumpla con el objetivo de autocontrol, teniendo bajo su responsabilidad la actitud que tomen los empleados frente a la política de calidad.

3.3.4.4 Sistemas de control, higiene y manipuleo de alimentos

SISTEMA ARYCPC (Análisis de riesgo y control de puntos críticos)

Es un método de trabajo preventivo basado en la lógica. Para implantarlos en un establecimiento se deben seguir las siguientes etapas:

Etapa Uno: Analizar. Cada uno de los pasos y situaciones desde la llegada de las materias primas o alimentos al establecimiento hasta que las comidas preparadas son servidas; buscando la posibilidad de contaminación por microorganismos, de multiplicación, de supervivencia a los tratamientos térmicos y de nueva multiplicación en la conservación, recalentamiento y mantenimiento de las comidas ya preparadas; para establecer las etapas por las que pasa el alimento y determinar en cuales de ellas hay alto riesgo de contaminación.

Etapa dos: Una vez que se tenga claro cuales son los riesgos, se debe plantear si es posible hacer que ese riesgo desaparezca totalmente, aunque no se pueda eliminar por lo menos mantenerlo bajo control. Estas últimas acciones se denominan **puntos críticos de control**; estos puntos críticos se encuentran en la temperatura de cocción y la temperatura de refrigeración.

Etapa tres: una vez que se establezcan los puntos de control en donde se va a actuar, se debe determinar para cada uno de ellos los niveles objetivos y tolerancias que hay que respetar para asegurar su control.

Etapa cuatro: Se debe establecer un sistema de vigilancia que permita realizar el seguimiento de los controles.

Etapa cinco: Se debe instaurar un sistema de registro para los controles establecidos, así como medidas correctivas para cuando se descubra que los peligros o riesgos asociados a los alimentos están fuera de control.

El sistema ARYCP permite realizar un análisis claro y sistemático de todos los problemas que puedan presentarse en cualquier tipo de cocina y dar solución inmediata en donde existen fallas o deficiencias.

Además de los alimentos el sistema permite ejercer control también en los equipos utilizados para la preparación de los alimentos (asadores, cocina industrial, utensilios menores, etc.) en el aseo del personal operativo y en general al estudio de sanidad de la planta.

Este sistema será aplicado en el restaurante y estará bajo la dirección y supervisión del Coordinador logístico y jefe de cocina. De él depende el éxito en todas las actividades, tendrá monitoreo y vigilancia de ejecución permanente mediante un cronograma de cumplimiento para facilitar su seguimiento.

PROGRAMA DE LIMPIEZA Y DESINFECCION

En todo establecimiento se establecerá dos días al mes el plan de limpieza y desinfección con el fin de asegurar que los locales, equipos y utensilios permanezcan limpios. Esta ejecución está a cargo del coordinador logístico mediante un cronograma de seguimiento y cumplimiento.

En este programa se debe tener en cuenta: la selección adecuada de productos químicos utilizados así como la dosis y modo de empleo; aquí se tiene en cuenta las indicaciones del proveedor

Fase uno. Eliminación de la suciedad mediante el uso de detergentes.

Realización de un aclarado con abundante agua, ya que los restos de detergentes pueden en algunos casos interferir en el proceso de desinfección.

Fase dos. Utilización de desinfectantes que inactiven los microorganismos que persistan en la fase anterior. Los desinfectantes más comunes tienen las siguientes características:

- Agua a temperatura mayor a 80 °C
- Compuestos colorantes (No deben quedar rastros de estos productos)
- Amonios cuaternarios (utilizados para destapar caños)
- Lodoforos (utilizados para destapar caños de las calles)

3.3.5 Recursos. en la futura empresa existirán dos tipos de recursos para desarrollar actividades recurso humano y recurso físico.

3.3.5.1 Recurso humano. El recurso humano de una compañía comprende el grupo de personas lo que actualmente se conoce como talento humano. Se contrariara personal de mano de obra directa e indirecta de producción, mano de obra indirecta y directa de administración.

3.3.5.1.1 De producción

:

Cuadro 80. . Mano de obra directa de producción

MANO DE OBRA DIRECTA DE PRODUCCION	
CARGOS	CANTIDAD
Jefe de cocina	1
Asistente de cocina	1
Auxiliares de cocina	1
TOTAL PERSONAS	3

Cuadro 81. Mano de obra Indirecta

MANO DE OBRA INDIRECTA	
CARGOS	CANTIDAD
Meseros	1
Servicios generales	1
Jefe de bodega	1
Mensajero	1
TOTAL PERSONAS	4

3.3.5.1.2 De Administración. mano de obra directa e indirecta

Cuadro 82. Mano de obra directa de administración

MANO DE OBRA DIRECTA	
CARGOS	CANTIDAD
Secretaria auxiliar contable	1
Coordinador logístico	1
Cajera	1
TOTAL PERSONAS	4

Cuadro 83. Mano de obra indirecta de administración

MANO DE OBRA INDIRECTA	
CARGOS	CANTIDAD
Contador publico	1
Nutricionista	1
TOTAL PERSONAS	2

3.3.5.2 Recurso físico Se hará una lista detallada de todos los materiales y utensilios a utilizar en el restaurante.

Cuadro 84. Maquinaria y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO				
CANTIDAD	DESCRIPCION	MARCA	VR. UNIT.	VR. TOTAL
1	Estufa industrial 8 quemadores	Imucol	1.550.000	1.550.000
1	Calentador 2170 6 divisiones	Industrial	650.000	650.000
1	nevera 20 pies industrial	Mabe	1.500.000	1.500.000
1	refrigerador 20 pies	Mabe	750.000	750.000
2	extractores de olores	Industrial	250.000	500.000
1	estufa industrial comidas rapidas	Imucol	750.000	750.000
2	Greca 30litros	Adobe	250.000	500.000
1	caja registradora ref 2170	Casio	250.000	250.000
TOTALES			5.950.000	6.450.000

Cu

Cuadro 85. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES				
CANTIDAD	DESCRIPCION	MARCA	VR. UNIT.	VR. TOTAL
3	Mesas auxiliares plasticas 60 x 1	Indumat	35.000	105.000
5	canastillas grandes legumbres	Vaniplas	10.000	50.000
50	mesas madera	Indumar	25.000	1.250.000
200	Sillas madera	Indumat	10.000	2.000.000
3	estantes metalicos 2 x 1	foruz	80.000	240.000
1	mostrador o barra en madera	Indumat	250.000	250.000
20	Cds musica	importmusic	5.000	100.000
3	Extintores	bomberos	58.000	174.000
2	Juegos escritorio y sillas	Imucol	250.000	500.000
TOTALES			723.000	4.669.000

Cuadro 86. Equipo de oficina

EQUIPO DE OFICINA				
CANTIDAD	DESCRIPCION	MARCA	VR. UNIT.	VR. TOTAL
1	computador pentium	DTK	1.200.000	1.200.000
1	maquina escribir electronica	panasonic	250.000	250.000
1	Equipo de sonido	Philips	900.000	900.000
1	Televisor 29 pds	panasonic	450.000	450.000
4	ventiladores de techo	Imusa	18.000	72.000
2	telefonos teclado	Intelsa	50.000	100.000
1	Reloj de pared QUESH	Quesh	10.000	10.000
2	sumadoras	Casio	125.000	250.000
1	archivador 3 gaveteros	Indumat	350.000	350.000
1	FAX	panasonic	350.000	350.000
TOTALES			3.703.000	3.932.000

Mantenimiento: La garantía ofrecida por la maquinaria y equipos es de un año, después se pagará servicio de mantenimiento que es el 1% de cada aparato que requiera de este servicio de acuerdo a lo estipulado en el convenio de compraventa con cada proveedor.

3.3.5.3 Recurso de insumos: Para determinar los insumos se calculará la cantidad requerida para un mes teniendo en cuenta las siguientes medidas de peso:

1 onza = 26.35 gr.

1 libra = 15 onzas = 453.59 Gr.

1 arroba = 25 libras = 11.34 Kg.

Para un lote de 200 almuerzos se gastarían 12 libras diarias de cualquier producto si se tiene en cuenta que de una 1 libra alcanza para 15 a 17 porciones . Entonces 200 platos = 12 libras diarias

16 porciones

Es importante resaltar que en el restaurante el menú cambia cinco veces a la semana; por esta razón en la tabulación que se muestra en el cuadro 88 se refleja si un producto se consume diariamente o no (Columna cantidad de consumos al mes). También se debe tener en cuenta que para el caso del arroz, los tubérculos, los ingredientes de ensaladas, el azúcar, el aceite y otros son productos que SI se consumen diariamente ya que son componentes básicos del almuerzo.

Cuadro 87. Promedio de insumos

LISTA DE INSUMOS			
DESCRIPCION	PROM. DIA LIBRA	NO. CONS. MES	CONS. MES LIBRAS
CARNES	12	13	160
POLLO	12	13	160
PESCADO	12	13	160
ARROZ	12	20	240
FRICOL SECO	12	13	160
JENTEJA	12	10	160
GARVANSO	12	10	160
ARVJEA SECA	12	10	160
TOMATE MILANO	6	20	120
TOMATE PIGMENTON	6	23	20
CEBOLLA CABEZONA	6	20	120
REMOLACHA	6	10	40
CEBOLLA LARGA	6	23	40
AJO (CABEZA)	3	23	20
AZUCAR	10	23	230
SAL	3	23	69
PANELA	5	23	115
ACEITE (X 18 LITROS)	1	20	20
SALSAS (GFA x 18L.)	1	23	23
FRUTAS	12	23	40
VERDURAS	12	23	276
HARINA DE TRIGO	10	20	200
HARINA DE ALMIDON	10	20	200
HARINA DE BUÑUELOS	10	20	200
PAPA	6	23	138
YUCA	6	20	120
PLATANO	6	20	120
NATILLAS (CAJAS)	4	16	64
PARA SOPAS	10	23	230
FIDEOS	10	10	40
SPPAGUETTIS	12	10	40
LECHES (BOLSAS)	12	23	276
GELATINAS (CAJAS)	10	16	160

3.3.6 Estudio de proveedores: De acuerdo al análisis realizado sobre los proveedores (Ver anexo F) y de acuerdo a su historia comercial, reconocimiento, fortalezas, garantías y asistencia y servicio al cliente se han hecho las negociaciones con los siguiente proveedores:

3.3.6.1 Proveedores de maquinaria y equipo.

Cuadro 88. Lista proveedores maquinaria y equipo

NOMBRE EMPRESA	CONDICIONES	GARANTIA
Indumat	Dto. 10% contado	2 año
Industrial	Dto. 15% contado	2 año
La Greca	Dto. 10% contado	6 meses
Almacenes Viboral	Dto. 5% contado	1 mes
Cadenalco	Dto. 10%	1 año
Carvajal de Colombia	Dto. 15%	1 año
Almacén Musical	Dto. 5%	3 meses
Almacenes Asyco	Dto. 10%	1 año
Coomultrasan	Dto. 10%	1 año

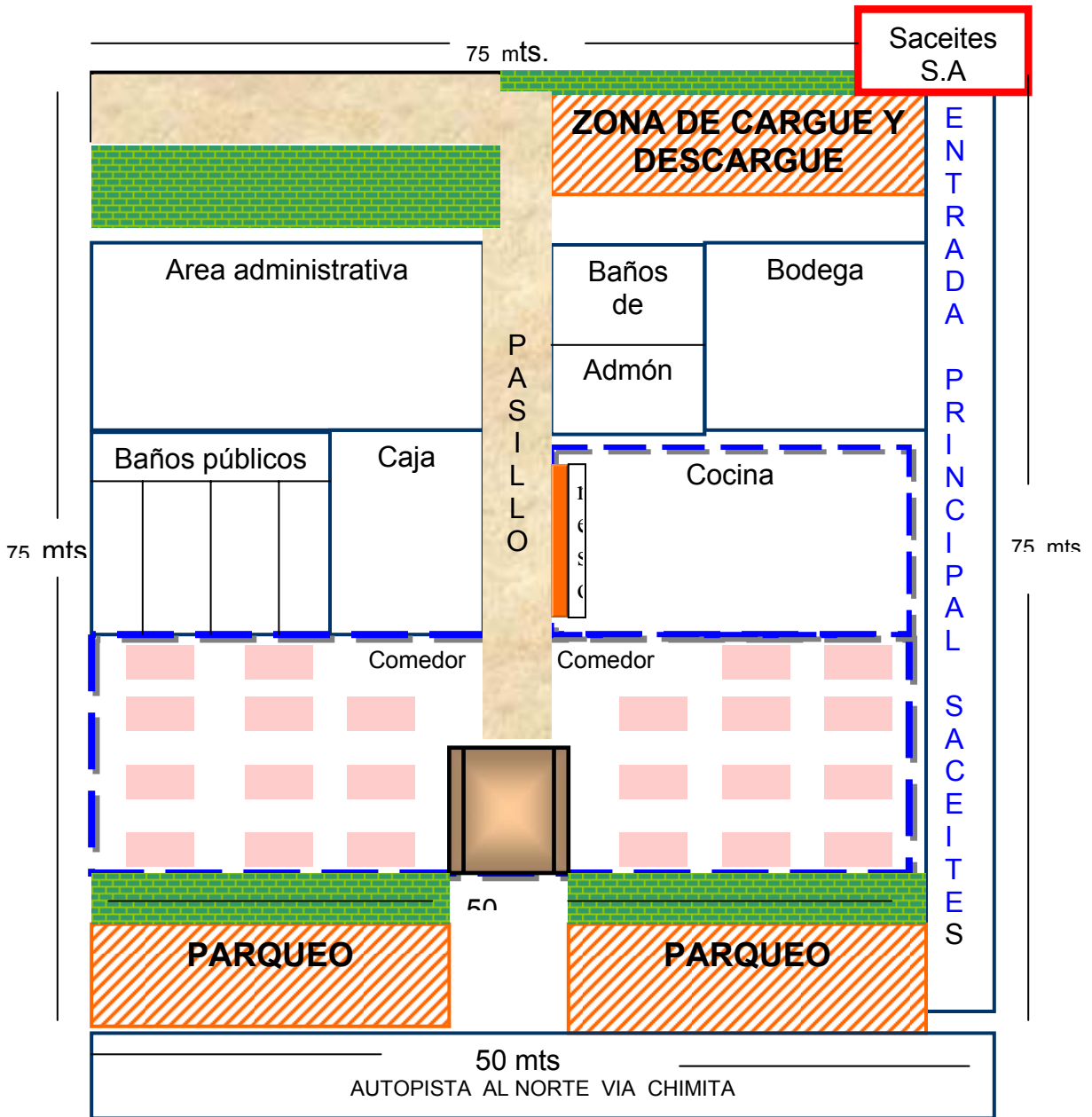
3.3.6.2 Proveedores de materias primas e insumos

Cuadro 89. Proveedores de materias primas e insumos

NOMBRE EMPRESA	CONDICIONES
Carnes & carnes	Dto. 5% crédito 15 días
Bodega Central (legumbres)	Dto. 5% crédito 15 días
Mi bodeguita (granos)	Sin descuento Dto. 5% contado
Postobon	Sin descuento de contado
Bodega La Papita (tubérculos)	Dto. 5% por bulto crédito 3 días
Saceites S:A (grasas y aceites)	Dto. 5% por display, crédito 8 días
Comerc. Districomer (salsas)	Dto. 5% por display crédito 8 días
Bodega el Gordo (hortalizas)	Sin descuento
Distrib. Lidertiendas S:A (postres)	Dto. 5% por display crédito 3 días
Bodega El paisa (supermercado)	Dto. 10% crédito 15 días

3.3.7 Distribución en planta. El área total del proyecto son 400 m², de los cuales 300 metros ocupa el local y de los 100 m restantes 50 son zonas de parqueo y otros 50 m. Distribuidos en zona de cargue y descargue, zona de desperdicios y bodega de almacenamiento.

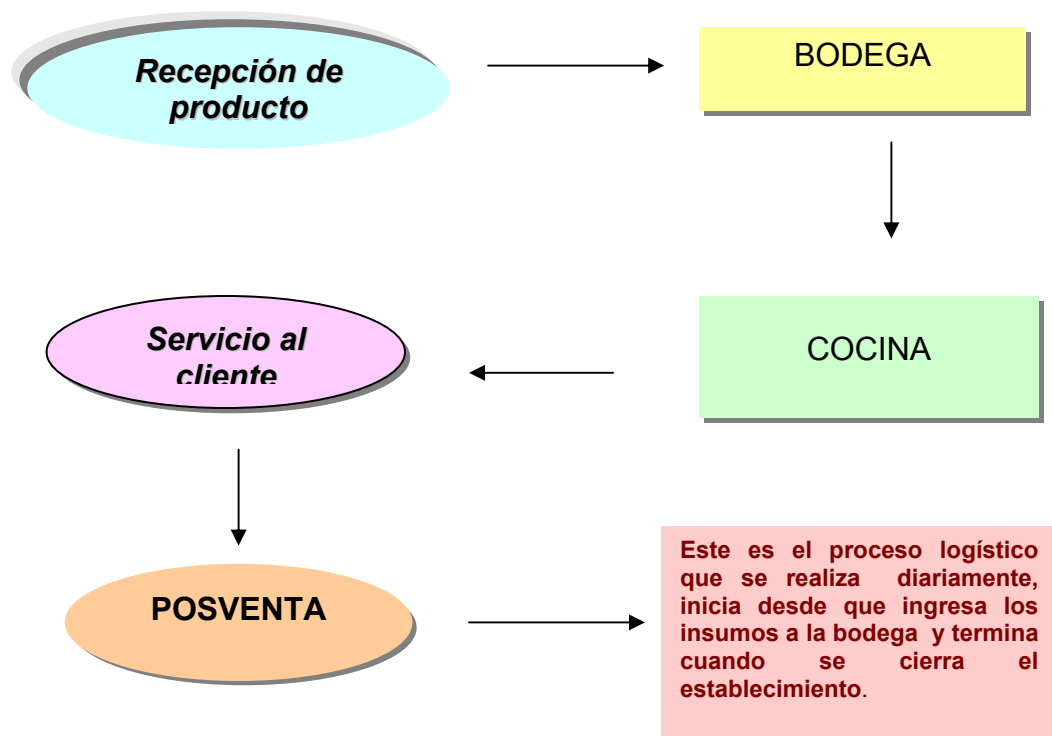
Figura 50. Distribución de planta



3.3.7 Logística de Distribución.

Figura 51. Logística de distribución

PROCESO GENERAL DE LA COMPAÑÍA



3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TECNICA DEL PROYECTO

El funcionamiento de un restaurante con características de tamaño y su buena capacidad para satisfacer las necesidades de una demanda insatisfecha es viable, puesto que reúne los factores que lo favorecen, su

planta física está debidamente distribuida y cuenta con aspectos importantes de control de calidad en todo su proceso logístico y de distribución.

Las tendencias del desarrollo del municipio son altas, ya que últimamente la población trabajadora ha crecido considerablemente. Se dispondrá de recursos humanos con alta capacidad intelectual y amplios conocimientos en manipuleo y preparación de alimentos.

La viabilidad técnica del proyecto se manifiesta con claridad en la disponibilidad de todos los recursos necesarios para su operación y puesta en marcha.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Este estudio representa uno de los aspectos más importantes dentro de la viabilidad y montaje del proyecto, Si la estructura administrativa es efectiva las probabilidades y responsabilidades sustentándolas en un organigrama donde se adopte y describa la cultura organizacional de su empresa.

En necesario que todos los componentes tanto físicos como humanos de la organización se comprometan dentro de unos parámetros, objetivos, que permitan un mejor desarrollo laboral y comercial.

4.1 FORMA DE CONSTITUCION

La empresa a constituir es unipersonal, un solo dueño. Esta empresa deberá cumplir el siguiente procedimiento:

- Estudio de razón social en cámara de comercio de Bucaramanga.
- Registro mercantil personería jurídica
- Registro único tributario en la DIAN
- Solicitud de autorización de numeración de facturación.
- Solicitud del Nit
- Solicitud de Certificado de constitución y gerencia en la cámara de comercio de Bucaramanga.
- Permiso del funcionamiento del establecimiento en la alcaldía.
- Formulario de inscripción de Industria y comercio en la tesorería municipal.
- Solicitud del número de matrícula mercantil. La renovación se hace anualmente en los meses comprendidos entre enero y marzo, este documento se debe mantener en un sitio visible

- Certificado de Sayco y Acinpro.
- Tramitar el concepto de Bomberos
- Solicitar matricula sanitaria en el Instituto Seccional de Salud.
- Tramites de Seguridad social y Cajas de compensación
 - Obtener el número patronal en la promotora de salud elegida.
 - Inscribir a los trabajadores en la entidad prestadora de salud, pensión y riesgos profesionales.
 - Inscripción en caja de compensación que se elija.

4.2 CONSTITUCION DE LA EMPRESA

En la constitución de toda compañía es necesario tener claro la visión, la misión, los objetivos, metas, políticas.

4.2.1 Visión:

Restaurante Industrial Girones en el año 2009 será reconocido como el establecimiento de las comidas más ricas de la región por la innovación y calidad en la preparación de sus alimentos.

4.2.2 Misión.

Restaurante Industrial Girones

Nuestra misión es ofrecer los mejores y más exquisitos alimentos brindando a nuestros clientes colombianos y extranjeros productos y servicios que superen sus expectativas en calidad, precio y servicio.

4.2.3 Objetivos:

Producción:

- ◆ Producir en el primer año como mínimo lo necesario para lograr el punto de equilibrio.
- ◆ Determinar los estándares de desperdicios.
- ◆ Establecer corredores de producción donde haya rotación de inventarios con el fin no solo de abastecer momentáneamente las exigencias del mercado sino aumentar su producción de acuerdo a los pronósticos de ventas.
- ◆ Proporcionar permanente información a todo el equipo de producción sobre las novedades y evaluaciones realizadas.
- ◆ Evaluar constantemente los procesos y procedimientos con el fin de mejorar en unos o implementar en otros con la participación de todo el equipo de trabajo.

Mercadeo

- ◆ Restaurante Industrial Gironés ofrecerá a los clientes de la zona industrial los mejores almuerzos y productos de comidas rápidas con el fin de que satisfagan sus necesidades y superen las expectativas de calidad y precio.
- ◆ Determinar y evaluar cada mes el ciclo de servicio al cliente, para garantizar un alto índice de satisfacción de los mismos.

Administración

- ◆ Mantener el entusiasmo y la motivación a cada uno de los colaboradores de la compañía con el fin de imponer un ambiente laboral optimo y agradable.
- ◆ Diseñar en todas las áreas canales de comunicación apropiados para involucrarse en todos los procesos de la empresa.
- ◆ Evaluar constantemente mediante indicadores de desempeño los procesos, procedimientos y funciones de cada uno de los colaboradores.

4.2.4 Políticas. Las políticas son importantes dentro de toda organización ya que son las que permiten desempeñar funciones y realizar procesos en forma conjunta y ordenada para lograr un mismo objetivo.

Personal

- ◆ Toda persona que ingrese a la compañía será por intermedio de una bolsa de empleo durante el periodo de prueba, está en manos de la gerencia administrativa reformarla para su propia nómina.
- ◆ Todo el personal portará la dotación necesaria dentro de la instalación, con el carnet de identificación de la compañía
- ◆ La cancelación de nomina se hará los días 15 y 30 y/o 31 de cada mes, mediante las cuentas personales destinadas a cada colaborador.

Compras

- ◆ Para la selección de proveedores se analizará el formato de análisis de selección (ver anexo F.) realizada a cada candidato, una vez aprobada se realizarán los pedidos por medio del formato de pedidos (Ver anexo G). Estos documentos se harán con conocimiento del jefe de cocina, jefe de bodega y su asistente.

- ◆ Todos los proveedores deberán entregar las mercancías solicitadas por la compañía en la puerta de la bodega principal de la misma en los horarios establecidos para cargue y descargue de productos (4:00 a 5:00 a.m.). Por ningún motivo se recibirá pedidos fuera de los horarios establecidos sin previa autorización del Coordinador logístico).
- ◆ En lo referente a la forma de pago, los valores menores o iguales a un SMMLV será cancelados en efectivo; en caso contrario se cancelará en cheque con el respectivo sello restringido.
- ◆ Toda cancelación ya sea en efectivo o cheque llevara el VoBo. del jefe de Tesorería y la Coordinación logística con el fin de avalar la salida de dinero y distribución de recursos.

Nivel de Inventarios

- ◆ Las mercancías dentro de la bodega, deberán permanecer en orden y el sitio destinado para ellas, tener siempre presente las recomendaciones de la etiqueta de cada producto para el caso de fechas de vencimiento, refrigerado, y demás aspectos importantes de almacenamiento.
- ◆ En la bodega se manejará el sistema de inventarios PEPS y se harán conteos aleatorios cada vez que se requiera.
- ◆ El movimiento de entradas y salidas de productos esta bajo el manejo, control y responsabilidad del jefe de bodega.

Ventas

- ◆ En el restaurante inicialmente se mantendrán las ventas de estricto contado, y sus documentos soportes serán tarjetas de crédito y débito y cheques emitidos por las cajas de compensación.

- ◆ Toda venta estará soportada con la factura y a su vez con la minuta de pedido.

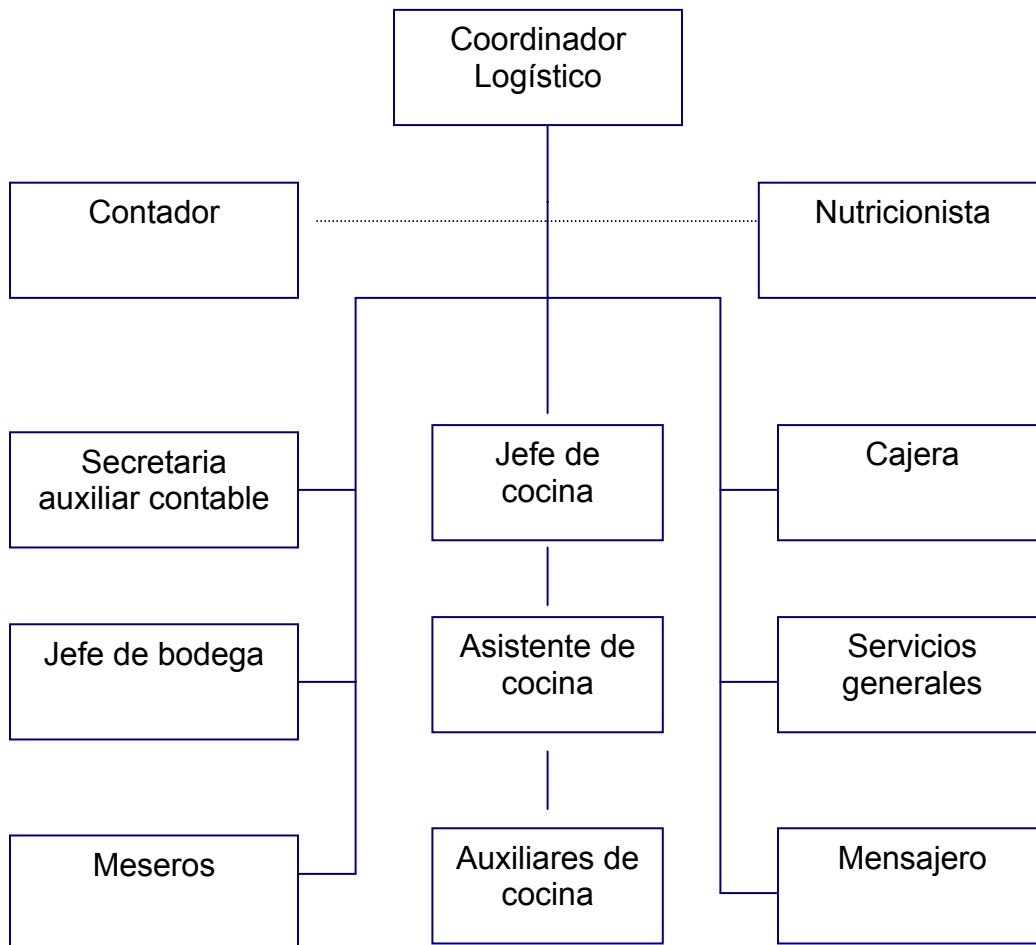
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.3.1 Organigrama

Figura 52. Organigrama

RESTAURANTE INDUSTRIAL GIRONES

Descripción y perfil del cargo



Cuadro 90. Descripción de funciones del Coordinador logístico

RESTAURANTE INDUSTRIAL GIRONES

DESCRIPCION DE FUNCIONES

Nombre del cargo Coordinador logístico	Código 002	Fecha: Junio 30 de 2004
División Administración	Cargo del Jefe Inmediato Gerente	
Supervisa a: Todo el personal	No. Personas que desempeñan el cargo 1	
FUNCION PRINCIPAL Ejercer una administración idónea de los recursos integrando, y combinando el talento humano y todas los demás mecanismos de planeación y control en el manejo del servicio		
DESCRIPCION DE FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Planear las actividades administrativas y operativas necesarias para el buen desempeño del servicio. ➤ Elaborar el cronograma de actividad para los menús y elementos utilizados durante el mes. ➤ Programar los comités y grupos primarios con el personal de planta ➤ Elaborar pedidos de mercancía teniendo en cuenta la existencia, consumo, tiempo de provisión y número de servicios proyectados. ➤ Efectuar toda la documentación que corresponden al departamento de personal, ➤ Hacer inventarios aleatorios y tomar medias al respecto cuando se presenten inconsistencias ➤ Evaluar en compañía del Gerente el cumplimiento de estrategias, objetivos y políticas trazadas para decidir de acuerdo a los resultados de los mismos. ➤ Estimar y motivar al trabajador para que se desempeñe con motivación en un buen ambiente laboral. ➤ Revisar frecuentemente los procedimientos y procesos de todos los cargos ➤ Mantener constantes relaciones interpersonales con los empleados ➤ Elaborar llamados de atención al personal elaborados por el coordinador logístico. ➤ Evaluar, seleccionar y dar inducción y capacitación al personal que ingresa. ➤ Vigilar el estricto cumplimiento de las normas de higiene, laboral seguridad industrial, ➤ Desempeño del servicio. ➤ Realizar cuadros y arqueos de caja esporádicamente. ➤ Realizar los índices de gestión y desempeño de personal mensualmente. ➤ Presentar a la gerencia resultados de gastos, compras, ventas y demás rubros para identificar fortalezas y debilidad de la gestión. ➤ Preveer daños materiales y de funcionamiento de toda la maquinaria y equipo que conforman la planta física. <p>Nota: Las funciones mencionadas en este manual son una guía para la evaluación y no un límite a las funciones que un empleado pueda realizar</p>		
Vo. Bo. Empleado	Vo. Bo. Jefe inmediato	Analista AMPARO RINCON

Cuadro 91. Especificaciones del cargo de Coordinador Logístico.

RESTAURANTE INDUSTRIAL GIRONES

Nombre del cargo	Código	Fecha:
Coordinador logístico	002	Junio 30 de 2004
División	Cargo del Jefe Inmediato	
Administración	Gerente	
Supervisa a: Todo el personal	No. Personas que desempeñan el cargo	
	1	
HABILIDAD		
Educación: Profesional en Ingeniería de alimentos, y conocimientos básicos de Gestión profesional		
Experiencia: cuatro años en el área administrativa		
Entrenamiento: un mes		
Habilidades: Capacidad analítica, capacidad de decisión y organización, honestidad y rapidez mental.		
Conocimientos especiales: Manipulación de alimentos, nutricionista, administrador de personal conocimientos en Word, Excel, Internet, y cualquier programa contable, amplios conocimientos en Contabilidad, finanzas, cursos gerenciales avanzados, manejo de personal, etc.-		
RESPONSABILIDAD		
Materiales: Equipos asignados a su sitio de trabajo, documentos contables y todo lo que compone la planta física y operativa de la compañía, además de los indicadores de satisfacción de los clientes.		
ESFUERZO		
Mental: Comprensión y análisis de operaciones contables, financieras y administrativas		
Visual: Revisión de documentos, títulos valores y demás documentos que estén bajo su responsabilidad.		
CONDICIONES DE TRABAJO		
MEDIO AMBIENTE: Aceptable para desempeñar su labor		
RIESGOS: Ninguno		
CAPACIDAD DE APRENDIZAJE		
Excelente capacidad de aprendizaje ya que el perfil del cargo exige agilidad mental siempre abierta.		
CAPACIDAD DE TRABAJAR EN EQUIPO		
Debe practicar continuamente las relaciones interpersonales no solamente con los integrantes de su departamento sino con todas las personas que conforman la compañía y aun más con los clientes externos		

Cuadro 92. Descripción de funciones de Cajera

RESTAURANTE INDUSTRIAL GIRONES

DESCRIPCION DE FUNCIONES

Nombre del cargo Cajera	Código 003	Fecha: Junio 30 de 2004
División Administración		Cargo del Jefe Inmediato Coordinador logístico
Supervisa a: Mensajero		No. Personas que desempeñan el cargo 1
FUNCION PRINCIPAL Ejercer las funciones de cajera recibidora y pagadora de la compañía con el fin de cumplir con todos los compromisos de la misma e identificando correctamente las operaciones que incluyen distribución de recursos con resultados sustentados y perfectamente manejados..		
DESCRIPCION DE FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Atender la caja en las horas de prestación del servicio ➤ Realizar todos los días el cuadro y arqueo de caja ➤ Elaborar planillas de control de ventas semanales, salidas de bandejas, consumo de personal, y demás necesarias para el buen desempeño del servicio. ➤ Llevar el control de valeras de comedor ➤ Demostrar su capacidad y conocimientos sobre atención al cliente tanto personal como por el CALL CENTER. ➤ Revisar y tabular las quejas, requerimientos y reclamos del buzón de sugerencias ➤ Hacer los pagos oportunos a proveedores y acreedores ➤ Mantener estricto control en las diligencias del mensajero. ➤ Mantener el espíritu de colaboración, motivación, y fraternidad con clientes internos y externos. ➤ Portar diariamente el uniforme de dotación adecuadamente. <p>Nota: Las funciones mencionadas en este manual son una guía para la evaluación y no un límite a las funciones que un empleado pueda realizar</p>		
Vo. Bo. Empleado	Vo. Bo. Jefe inmediato	Analista AMPARO RINCON

Cuadro 93. Especificaciones del cargo de Cajera.

RESTAURANTE INDUSTRIAL GIRONES
ESPECIFICACIONES DEL CARGO

Nombre del cargo	Código	Fecha:
Cajera	003	Junio 30 de 2004
División	Cargo del Jefe Inmediato	
Administración	Coordinador de logística	
Supervisa a: Mensajero	No. Personas que desempeñan el cargo	
	1	
HABILIDAD		
Educación: técnico en Gestión empresarial. Experiencia: Dos años en el área administrativa Entrenamiento: Una semana Habilidades Capacidad analítica, capacidad de decisión y organización, honestidad y rapidez Mental.		
Conocimientos especiales: Manipulación de alimentos, nutrición, conocimientos en Word, Excel, Internet, y cualquier programa contable, amplios conocimientos en manejo y control de efectivo y contabilidad,		
RESPONSABILIDAD		
Materiales: títulos valores, cheques, dineros efectivo, facturas de proveedores y acreedores y equipos muebles y enseres asignados a su sitio de trabajo,		
ESFUERZO		
Mental: Comprensión y análisis de operaciones contables, financieras y administrativas Visual: Revisión de documentos, títulos valores y en general.		
CONDICIONES DE TRABAJO		
MEDIO AMBIENTE: Aceptable para desempeñar su labor RIESGOS El ingreso de dineros falsos. Acequibilidad a hurtos		
CAPACIDAD DE APRENDIZAJE		
Excelente capacidad de aprendizaje ya que el perfil del cargo exige agilidad mental siempre abierta.		
CAPACIDAD DE TRABAJAR EN EQUIPO		
Debe practicar continuamente las relaciones interpersonales no solamente con los integrantes de su departamento sino con todas las personas que conforman la compañía y aun más con los clientes externos		

Cuadro 94. Descripción de funciones de Secretaria auxiliar contable

RESTAURANTE INDUSTRIAL GIRONES

DESCRIPCION DE FUNCIONES

Nombre del cargo Secretaria auxiliar contable	Código 004	Fecha: Junio 30 de 2004
División Financiera	Cargo del Jefe Inmediato Coordinador logístico	
Supervisa a: Ninguno	No. Personas que desempeñan el cargo 1	
FUNCION PRINCIPAL Servir de apoyo en las actividades contables y mantener al día los registros contables propios de la empresa.		
DESCRIPCION DE FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar afiliaciones de los empleados al ISS, cajas de compensación y demás. ➤ Llevar el control de kardex de la bodega ➤ Llevar el control de costos diarios de insumos. ➤ Presentar informes contables cuando se requiera. ➤ Contabilizar los sobrantes o faltantes tanto de mercancía como de dinero cuando sea necesario. ➤ Digitar diariamente la información contable. ➤ Velar por los pagos realizados a la DIAN, Tesorerías municipales, etc. ➤ Estar pendiente del calendario tributario. ➤ Llevar el control de cuentas por pagar y cobrar. ➤ Realizar los contratos de trabajo y las liquidaciones de los mismos ➤ Elaborar la nómina. <p>Nota: Las funciones mencionadas en este manual son una guía para la evaluación y no un límite a las funciones que un empleado pueda realizar</p>		
Vo. Bo. Empleado	Vo. Jefe inmediato	Analista AMPARO NCON

Cuadro 95. Especificaciones del cargo de Secretaria Auxiliar Contable

RESTAURANTE INDUSTRIAL GIRONES

Nombre del cargo	Código	Fecha:
Secretaria auxiliar contable	003	Junio 30 de 2004
División	Cargo del Jefe Inmediato	
Financiera	Coordinador de logística	
Supervisa a: Ninguno	No. Personas que desempeñan el cargo	
	1	
HABILIDAD		
Educación: Auxiliar de contabilidad del SENA primeros niveles de Contaduría		
Experiencia: Das años en el área contable		
Entrenamiento: Dos semanas		
Habilidades Capacidad analítica, capacidad de decisión y organización, honestidad y rapidez Mental.		
Conocimientos especiales:		
Manipulación de alimentos, nutrición, conocimientos en Word, Excel, Internet, y cualquier programa contable, amplios conocimientos en manejo y control de efectivo y contabilidad,		
RESPONSABILIDAD		
Materiales: Documentos contables y pagos ante entidades gubernamentales facturas de clientes y proveedores. y equipos muebles y enseres asignados a su sitio de trabajo,		
ESFUERZO		
Mental: Comprensión y análisis de operaciones contables, financieras y administrativas		
Visual: Búsqueda de registros en computador, revisión de cuentas y operaciones contables.		
CONDICIONES DE TRABAJO		
MEDIO AMBIENTE: Aceptable para desempeñar su labor		
RIESGOS Búsqueda de registros y operaciones ocntables.		
CAPACIDAD DE APRENDIZAJE		
Excelente capacidad de aprendizaje ya que el perfil del cargo exige agilidad mental siempre abierta.		
CAPACIDAD DE TRABAJAR EN EQUIPO		
Debe practicar continuamente las relaciones interpersonales no solamente con los integrantes de su departamento sino con todos las personas que conforman la compañía y aun más con los clientes externos		

Cuadro 96. Descripción de funciones del jefe de cocina

RESTAURANTE INDUSTRIAL GIRONES

DESCRIPCION DE FUNCIONES

Nombre del cargo jefe de cocina	Código 005	Fecha: Junio 30 de 2004
División Producción	Cargo del Jefe Inmediato Coordinador logístico	
Supervisa a: Personal de cocina	No. Personas que desempeñan el cargo 1	
FUNCION PRINCIPAL Velar por que la preparación de los alimentos se realice adecuadamente de acuerdo a las indicaciones nutricionales que el cuerpo necesita.		
DESCRIPCION DE FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Elaborar el cronograma de actividades mensuales ➤ Elaborar el cronograma del menú del día ➤ Revisar constantemente los alimentos que permanecen en su área para identificar desperdicios o solicitudes exageradas. ➤ Velar por las normas de calidad y sanidad en la cocina, ➤ Realizar los presupuestos de insumos mensualmente ➤ Velar por la adecuada preparación y exquisitez de los alimentos ➤ Cumplir y hacer cumplir el reglamento interno de trabaja, políticas y normas de la compañía. ➤ Utilizar la dotación adecuada mientras esté dentro de la compañía. <p>Nota: Las funciones que sean guía para la evaluación y no un límite a las funciones que un empleado pueda realizar</p>		
Vo. Bo. Empleado	Bo. Jefe inmediato	Analista AMPARO RINCON

Cuadro 97 Especificaciones del cargo del jefe de cocina.

RESTAURANTE INDUSTRIAL GIRONES

ESPECIFICACIONES DEL CARGO

Nombre del cargo	Código	Fecha:
Jefe de Cocina	005	Junio 30 de 2004
División	Cargo del Jefe Inmediato	
Producción	Coordinador de logística	
Supervisa a:	No. Personas que desempeñan el cargo	
Personal de cocina	3	
HABILIDAD		
Educación: Ingeniero de alimentos, Shetf profesional		
Experiencia: Dos años en el área de alimentos		
Entrenamiento: Dos semanas		
Habilidades Capacidad analítica, capacidad de decisión y organización, honestidad y rapidez Mental.		
Conocimientos especiales:		
Comida internacional, creatividad, nutrición, amplios conocimientos en manejo de personal,		
RESPONSABILIDAD		
Materiales: Maquinaria y equipo de la cocina, insumos, utensilios menores y equipos muebles y enseres asignados a su sitio de trabajo,		
ESFUERZO		
Mental: Comprensión y análisis para la combinación y preparación de alimentos.		
Visual: presentación adecuada de cada plato.		
CONDICIONES DE TRABAJO		
MEDIO AMBIENTE: Aceptable para desempeñar su labor		
RIESGOS Exposición a utensilios calientes, al vapor, al fuego y a la utilización de instrumentos de corte.		
CAPACIDAD DE APRENDIZAJE		
Excelente capacidad de aprendizaje ya que el perfil del cargo exige agilidad mental siempre abierta.		
CAPACIDAD DE TRABAJAR EN EQUIPO		
Debe practicar continuamente las relaciones interpersonales no solamente con los integrantes de su departamento sino con todas las personas que conforman la compañía y aun más con los clientes externos		

Cuadro 98. Descripción de funciones del asistente de cocina

RESTAURANTE INDUSTRIAL GIRONES

DESCRIPCION DE FUNCIONES

Nombre del cargo Asistente de cocina	Código 006	Fecha: Junio 30 de 2004
División Producción	Cargo del Jefe Inmediato Jefe de cocina	
Supervisa a: Auxiliares de cocina	No. Personas que desempeñan el cargo 1	
FUNCION PRINCIPAL Velar por que la preparación de los alimentos se realice adecuadamente de acuerdo a las indicaciones nutricionales que el cuerpo necesita.		
DESCRIPCION DE FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Apoyar todas las labores de cocina. ➤ Hacer seguimiento a la coción y preparación de alimentos ➤ Revisar constantemente los alimentos que permanecen en su área para identificar desperdicios o solicitudes exageradas. ➤ Velar por las normas de calidad y sanidad en la cocina, ➤ Tabular los datos para presupuestos de insumos mensualmente ➤ Velar por la adecuada preparación y exquisitez de los alimentos ➤ Cumplir y hacer cumplir el reglamento interno de trabaja, políticas y normas de la compañía. ➤ Utilizar la dotación adecuada dentro y fuera de la compañía. ➤ Reemplazar al jefe de cocina en su ausencia. <p>Nota: Las funciones mencionadas en este manual son una guía para la evaluación y no un límite a las funciones que un empleado pueda realizar</p>		
Vo. Bo. Empleado	Vo. Bo. Jefe inmediato	Analista AMPARO RINCON

Cuadro 99. Especificaciones del cargo de Asistente de cocina.

RESTAURANTE INDUSTRIAL GIRONES

Nombre del cargo	Código	Fecha: Junio 30 de 2004
Asistente de cocina	006	
División	Cargo del Jefe Inmediato	
Producción	Jefe de cocina	
Supervisa a: Auxiliar de cocina	No. Personas que desempeñan el cargo	
	1	
HABILIDAD		
Educación: Técnico en Ingeniería de alimentos, Experiencia: Dos años en el área de alimentos Entrenamiento: Dos semanas Habilidades Capacidad analítica, capacidad de decisión y organización, honestidad y rapidez Mental. Conocimientos especiales: comida internacional, creatividad, nutrición, conocimientos en manejo de personal,		
RESPONSABILIDAD		
Materiales: Maquinaria y equipo de la cocina, insumos, utensilios menores y equipos muebles y enseres asignados a su sitio de trabajo,		
ESFUERZO		
Mental: Excelente conocimiento en la combinación de los alimentos de acuerdo a los índices de nutrición. Visual: Revisión permanente de la preparación de los alimentos y la presentación de los Utensilios.		
CONDICIONES DE TRABAJO		
MEDIO AMBIENTE: Aceptable para desempeñar su labor RIESGOS Exposición a utensilios calientes, al vapor, al fuego y a utensilios Cortantes. Manipuleo de elementos pesados.		
CAPACIDAD DE APRENDIZAJE		
Excelente capacidad de aprendizaje ya que el perfil del cargo exige agilidad mental siempre abierta.		
CAPACIDAD DE TRABAJAR EN EQUIPO		
Debe practicar continuamente las relaciones interpersonales no solamente con los integrantes de su departamento sino con todas las personas que conforman la compañía y aun más con los clientes externos		

Cuadro 100. Descripción de funciones de Auxiliar de cocina

RESTAURANTE INDUSTRIAL GIRONES

DESCRIPCION DE FUNCIONES

Nombre del cargo Auxiliar de cocina	Código 006	Fecha: Junio 30 de 2004
División Producción	Cargo del Jefe Inmediato Jefe de cocina- Asistente de cocina	
Supervisa a: ninguno	No. Personas que desempeñan el cargo 1	
FUNCION PRINCIPAL Apoyar en las labores diarias de manipulación, preparación y presentación de los alimentos.		
DESCRIPCION DE FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Desempeñar las labores propias de preparación de alimentos ➤ supervisar la preparación de alimentos que se le asignaron ➤ Realizar el lavado de loza, ollas mesones diariamente. ➤ Asear las bodegas, canastillas, refrigeradores, neveras estufa y demás diariamente. ➤ Cumplir con las normas de higiene laboral, seguridad industrial y reglamento interno de trabajo. ➤ Dar el manejo adecuado a los residuos generados por desperdicios de alimentos y desechos ➤ Dar un adecuado uso a todos los equipos y elementos del área. ➤ Mantener el espíritu de colaboración, motivación y fraternidad para los clientes internos y externos. ➤ Utilizar la dotación adecuada diariamente. ➤ Realizar el aseo de todas las instalaciones. <p>Nota: Las funciones mencionadas en este manual son una guía para la evaluación y no un límite a las funciones que un empleado pueda realizar</p>		
Vo. Bo. Empleado	Vo. Bo. Jefe inmediato	Analista AMPARO RINCON

Cuadro 101 Especificaciones del cargo de auxiliar de cocina.

RESTAURANTE INDUSTRIAL GIRONES

Nombre del cargo	Código	Fecha:
Auxiliar de cocina	006	Junio 30 de 2004
División	Cargo del Jefe Inmediato	
Producción	Jefe de cocina	
Supervisa a:	No. Personas que desempeñan el cargo	
Auxiliares de cocina	2	

<p>HABILIDAD Educación: Técnico en Ingeniería de alimentos, Experiencia: Dos años en el área de alimentos Entrenamiento: Dos semanas Habilidades Capacidad analítica, capacidad de decisión y organización, honestidad y rapidez Mental.</p> <p>Conocimientos especiales: Comida internacional, creatividad, nutrición.</p>
<p>RESPONSABILIDAD Materiales: Maquinaria y equipo de la cocina, insumos, utensilios menores y equipos muebles y enseres asignados a su sitio de trabajo,</p>
<p>ESFUERZO Mental: Agilidad y atención en la preparación de alimentos. Visual: Cansancio visual por la constante revisión de alimentos en coción.</p>
<p>CONDICIONES DE TRABAJO MEDIO AMBIENTE: Aceptable para desempeñar su labor RIESGOS utilización y manipuleo de elementos de corte, manipuleo de instrumentos en coción, utilización de insumos calientes y fríos.</p>
<p>CAPACIDAD DE APRENDIZAJE Excelente capacidad de aprendizaje ya que el perfil del cargo exige agilidad mental siempre abierta.</p>
<p>CAPACIDAD DE TRABAJAR EN EQUIPO Debe practicar continuamente las relaciones interpersonales no solamente con los integrantes de su área sino con todas las personas que conforman la compañía y aun más con los clientes externos</p>

Cuadro 102. Descripción de funciones del Mesero.

RESTAURANTE INDUSTRIAL GIRONES

DESCRIPCION DE FUNCIONES

Nombre del cargo Meseros	Código 007	Fecha: Junio 30 de 2004
División Producción		Cargo del Jefe Inmediato Coordinador logístico
Supervisa a: Ninguno		No. Personas que desempeñan el cargo 2
FUNCION PRINCIPAL Relacionar al cliente con la organización ofreciendo el mejor servicio mediante la excelente comunicación con el usuario.		
DESCRIPCION DE FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Recibir a los clientes y darles la bienvenida ➤ Adecuar de forma optima los salones, mesas, sillas y utensilios supervisar la preparación de alimentos que se le asignaron ➤ Realizar el lavado de loza, ollas mesones diariamente. ➤ Asear las bodegas, canastillas, refrigeradores, neveras estufa y demás diariamente. ➤ Cumplir con las normas de higiene laboral, seguridad industrial y reglamento interno de trabajo. ➤ Dar el manejo adecuado a los residuos generados por desperdicios de alimentos y desechos ➤ Dar un adecuado uso a todos los equipos y elementos del area. Mantener el espíritu de colaboración, motivación y fraternidad para los clientes internos y externos. ➤ Utilizar la dotación adecuada diariamente. ➤ Realizar el aseo de todas las instalaciones. <p>Nota: Las funciones mencionadas en este manual son una guía para la evaluación y no un límite a las funciones que un empleado pueda realizar</p>		
Vo. Bo. Empleado	Vo. Bo. Jefe inmediato	Analista AMPARO RINCON

Cuadro 103 Especificaciones del cargo de Mesero.

RESTAURANTE INDUSTRIAL GIRONES

Nombre del cargo	Código	Fecha:
Mesero	006	Junio 30 de 2004
División	Cargo del Jefe Inmediato	
Producción	Coordinador logístico	
Supervisa a:	No. Personas que desempeñan el cargo	
Ninguno	2	

<p>HABILIDAD Educación: Profesional en servicio al cliente, Experiencia: Das años en el área de alimentos Entrenamiento: Dos semanas Habilidades Capacidad analítica, capacidad de decisión y organización, honestidad y rapidez Mental. Conocimientos especiales: Comida internacional, creatividad, nutrición merchandising, servicio al cliente, glamour y etiqueta de servicio al cliente..</p>
<p>RESPONSABILIDAD Materiales: limpienes, valieras, pedidos y facturas utensilios menores y equipos muebles y enseres asignados a su sitio de trabajo,</p>
<p>ESFUERZO Mental: Interpretar la información reuierida por los clientes, y excelente comunicación con el mismo. Visual: Agilidad para la correcta organización y combinación tanto de mesas y sillas con la publicidad del establecimiento.</p>
<p>CONDICIONES DE TRABAJO MEDIO AMBIENTE: Aceptable para desempeñar su labor RIESGOS manejo de botellas, alimentos calientes, botellas y utensilios de corte.</p>
<p>CAPACIDAD DE APRENDIZAJE Excelente capacidad de aprendizaje ya que el perfil del cargo exige agilidad mental siempre abierta.</p>
<p>CAPACIDAD DE TRABAJAR EN EQUIPO Debe practicar continuamente las relaciones interpersonales no solamente con los integrantes de su departamento sino con todos las personas que conforman la compañía y aun más con los clientes externos</p>

Cuadro 104. Descripción de funciones de servicios generales

RESTAURANTE INDUSTRIAL GIRONES

DESCRIPCION DE FUNCIONES

Nombre del cargo Servicios generales	Código 007	Fecha: Junio 30 de 2004
División Administrativa	Cargo del Jefe Inmediato Coordinador logístico	
Supervisa a:	No. Personas que desempeñan el	

Ninguno	cargo 1
FUNCION PRINCIPAL Mantener los establecimientos en perfectas condiciones de limpieza e higiene.	
DESCRIPCION DE FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Asear y lavar sanitarios y paredes, lavamanos y paredes de los baños. y recoger las basuras de los mismos. ➤ Promover la limpieza en toda la institución, ➤ Limpiar, recoger basuras y asear las oficinas administrativas. ➤ Mantener los prados, jardines y arboles libres de basuras y desperdicios. ➤ Colaborar con el aseo general de la empresa ➤ Cumplir con las normas de higiene laboral, seguridad industrial y reglamento interno de trabajo. ➤ Dar el manejo adecuado a los residuos generados por desperdicios de alimentos y desechos ➤ Dar un adecuado uso a todos los equipos y elementos del area. Mantener el espíritu de colaboración, motivación y fraternidad para los clientes internos y externos. ➤ Utilizar la dotación adecuada diariamente. ➤ Realizar el aseo de todas las instalaciones. ➤ Realizar el presupuesto de insumos de aseo mensualmente <p>Nota: Las funciones mencionadas en este manual son una guía para la evaluación y no un límite a las funciones que un empleado pueda realizar</p>	

Cuadro 105 Especificaciones del cargo de servicios generales.

RESTAURANTE INDUSTRIAL GIRONES

ESPECIFICACIONES DEL CARGO

Nombre del cargo	Código	Fecha:
-------------------------	---------------	---------------

Servicios Generales	006	Junio 30 de 2004
División Administrativa	Cargo del Jefe Inmediato Coordinador logístico	
Supervisa a: Ninguno	No. Personas que desempeñan el cargo 1	
HABILIDAD Educación: Bachillerato Experiencia: Das años en el área de alimentos Entrenamiento: Dos semanas Habilidades Capacidad analítica, capacidad de decisión y organización, honestidad y rapidez Mental.		
Conocimientos especiales: Manejo de desechos, creatividad, nutrición conocimientos en Word, Excel, Internet, y cualquier programa contable, amplios conocimientos en manejo de personal,		
RESPONSABILIDAD Materiales: traperos, escobas, platonos, canecas y demás.		
ESFUERZO Mental: Ordenar y organizar sus funciones en los horarios establecidos. Visual: Revisión de todos los rincones de la organización.		
CONDICIONES DE TRABAJO MEDIO AMBIENTE: Aceptable para desempeñar su labor RIESGOS manejo de líquidos blanqueadores, desechos, Ninguno, exposición frecuente s pisos demasiado lisos o llenos de jabón.		
CAPACIDAD DE APRENDIZAJE Excelente capacidad de aprendizaje ya que el perfil del cargo exige agilidad mental siempre abierta.		
CAPACIDAD DE TRABAJAR EN EQUIPO Debe practicar continuamente las relaciones interpersonales no solamente con los integrantes de su departamento sino con todos las personas que conforman la compañía y aun más con los clientes externos		

Cuadro 106. Descripción de funciones de Jefe de bodega

RESTAURANTE INDUSTRIAL GIRONES

DESCRIPCION DE FUNCIONES

Nombre del cargo Jefe de Bodega	Código 010	Fecha: Junio 30 de 2004
División Logística	Cargo del Jefe Inmediato Coordinador logístico	
Supervisa a: Ninguno	No. Personas que desempeñan el cargo 1	
FUNCION PRINCIPAL Velar por los insumos y activos de la empresa, con el fin de optimizar recursos y presupuestar las materias primas necesarios evitando desperdicios		
DESCRIPCION DE FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Velar por el correcto mantenimiento y provisionamiento de los insumos ubicados en su área ➤ Realizar inventarios aleatorios y responder por los faltantes o sobrantes de mercancía. ➤ Programar las entregas de mercancía. Y revisarlas ➤ Informar sobre producto averiado o próximo a vencer ➤ Digitar las entradas y salidas corroborando con el conteo físico. ➤ Mantener los equipos en buen estado para mantener los productos adecuadamente. ➤ Empacar y separar los alimentos de acuerdo a las normas técnicas de calidad. basuras de los mismos. ➤ Colaborar con el aseo de la bodega y de las instalaciones en general. ➤ Cumplir con las normas de higiene laboral, seguridad industrial y reglamento interno de trabajo. ➤ Dar el manejo adecuado a los residuos generados por desperdicios de alimentos y desechos ➤ Dar un adecuado uso a todos los equipos y elementos del area. Mantener el espíritu de colaboración, motivación y fraternidad para los clientes internos y externos. ➤ Utilizar la dotación adecuada diariamente. ➤ Realizar el aseo de todas las instalaciones. <p>Nota: Las funciones mencionadas en este manual son una guía para la evaluación y no un límite a las funciones que un empleado pueda realizar</p>		
Vo. Bo. Empleado	Vo. Bo. Jefe inmediato	Analista AMPARO RINCON

Cuadro 107 Especificaciones del cargo de Jefe de Bodega.

RESTAURANTE INDUSTRIAL GIRONES

Nombre del cargo	Código	Fecha:
Jefe de bodega	006	Junio 30 de 2004
División	Cargo del Jefe Inmediato	
Logística	Coordinador logístico	
Supervisa a: Ninguno	No. Personas que desempeñan el cargo	
1		
HABILIDAD		
Educación: Tecnología en alimentos		
Experiencia: Das años en el área de alimentos		
Entrenamiento: Dos semanas		
Habilidades Capacidad analítica, capacidad de decisión y organización, honestidad y rapidez Mental.		
Conocimientos especiales:		
Manejo de desechos, manipulación de alimentos, normas de calidad e higiene, creatividad, nutrición conocimientos en Word y Excel,		
RESPONSABILIDAD		
Materiales: equipos y maquinaria e insumos perecederos y no perecederos		
ESFUERZO		
Mental: Correcta distribución de los productos dentro del área.		
Visual: Atención en el embalaje, alistamiento y posición de los alimentos teniendo en cuenta Las normas técnicas de vencimiento y manipuleo..		
CONDICIONES DE TRABAJO		
MEDIO AMBIENTE: Aceptables para el desempeño de sus labores.		
RIESGOS Cambios bruscos de temperatura, manipuleo de embalajes de mucho peso, utilización de escaleras demasiado altas.		
CAPACIDAD DE APRENDIZAJE		
Excelente capacidad de aprendizaje ya que el perfil del cargo exige agilidad mental siempre abierta.		
CAPACIDAD DE TRABAJAR EN EQUIPO		
Debe practicar continuamente las relaciones interpersonales no solamente con los integrantes de su departamento sino con todos las personas que conforman la compañía y aun más con los clientes externos		

Cuadro 108. Descripción de funciones del Mensajero

RESTAURANTE INDUSTRIAL GIRONES

DESCRIPCION DE FUNCIONES

Nombre del cargo Mensajero	Código 010	Fecha: Junio 30 de 2004
División Administrativa	Cargo del Jefe Inmediato Coordinador logístico	
Supervisa a: Ninguno	No. Personas que desempeñan el cargo 1	
FUNCION PRINCIPAL Realizar todas las diligencias encomendadas con el fin de cumplir con todas las obligaciones y actividades de la compañía.		
DESCRIPCION DE FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar todas las diligencias encomendadas por todas las áreas. ➤ En su tiempo libre ayudar a cualquier labor encomendada en las instalaciones ➤ Informar al jefe inmediato sobre cualquier anomalía presentada. ➤ Llevar el control de mensajería ➤ Cumplir con las normas de higiene laboral, seguridad industrial y reglamento interno de trabajo. ➤ Dar el manejo adecuado a los residuos generados por desperdicios de alimentos y desechos ➤ Dar un adecuado uso a todos los equipos y elementos del cargo ➤ Mantener el espíritu de colaboración, motivación y fraternidad para los clientes internos y externos. ➤ Utilizar la dotación adecuada diariamente. ➤ Colaborar con el aseo de todas las instalaciones. ➤ Diligenciar correctamente y hacer firmar por el cliente la planilla de satisfacción de entrega a domicilio. <p>Nota: Las funciones mencionadas en este manual son una guía para la evaluación y no un límite a las funciones que un empleado pueda realizar</p>		

Vo. Bo. Empleado	Vo. Bo. Jefe inmediato	Analista AMPARO RINCON
-------------------------	-------------------------------	----------------------------------

Cuadro 109 Especificaciones del cargo de Mensajero

RESTAURANTE INDUSTRIAL GIRONES

Nombre del cargo	Código	Fecha:
Mensajero	006	Junio 30 de 2004
División	Cargo del Jefe Inmediato	
Administrativa	Coordinador logístico	
Supervisa a:	No. Personas que desempeñan el cargo	
Ninguno	1	

<p>HABILIDAD Educación: Tecnología en Gestión empresarial Experiencia: Das años de mensajero Entrenamiento: Dos semanas Habilidades Capacidad analítica, capacidad de decisión y organización, honestidad y rapidez Mental.</p> <p>Conocimientos especiales: Manejo de moto, curso basico de manipulación de alimentos normas de calidad e higiene, creatividad,</p>
<p>RESPONSABILIDAD Materiales: Moto, equipos y demás elementos entregados para el desarrollo de sus funciones.</p>
<p>ESFUERZO Mental: Rapidez en la busqueda de direcciones y manejo de motocibleta Visual: Revisión de documentos, títulos valores y en general.</p>
<p>CONDICIONES DE TRABAJO MEDIO AMBIENTE: Aceptable para desempeñar su labor RIESGOS Cualquier tipo de accidente en la calle, recopilación de dineros falsos.</p>
<p>CAPACIDAD DE APRENDIZAJE Excelente capacidad de aprendizaje ya que el perfil del cargo exige agilidad mental siempre abierta.</p>
<p>CAPACIDAD DE TRABAJAR EN EQUIPO Debe practicar continuamente las relaciones interpersonales no solamente con los integrantes de su departamento sino con todos las personas que conforman la compañía y aun más con los clientes externos</p>

4.5.3 Asignación salarial. La industria de los alimentos no es accequible a todas las personas, según este tipo de actividad cada individuo involucrado requiere de estudios especiales en normas estándares, políticas, leyes y demás que tengan que ver con el manipuleo de los mismos. Se requiere de investigaciones y capacitaciones adicionales que se interpretan desde la utilización de los implementos hasta el cómo servir el plato.

Por lo anterior y teniendo en cuenta otros aspectos como la experiencia, nivel de estudios, especializaciones, capacidad de desarrollo y responsabilidad. Se asignarán salarios acorde con cada actividad. Es de considerar que por política de la compañía no se pagará a ningún colaborador el SMLV ya que la labor que realiza es muy delicada y de ella depende el bienestar de la empresa y la satisfacción nutricional y el gusto del cliente en volver.

Para todos los empleados que devenguen menos de dos salarios mínimos se les cancelará subsidio de transporte tal como lo estipula la ley y para todos los empleados en general, se les cancelará el Seguro médico, pensión, pagos de los parafiscales y demás prestaciones a que tienen derecho.

Se contratará también al contador y la nutricionista con salarios staff mediante honorarios por \$200.000 mensuales cada una, laborando 2 horas diarias durante tres días a la semana. Lunes. Miércoles y viernes.

Además a la secretaria auxiliar contable se contratará por medio tiempo y su jornada laboral iniciará a las 8:00 a.m

Cuadro 110 Asignación salarial

ASIGNACION SALARIAL		
CARGO	SALARIO	ADICIONAL
Coordinador logístico	600..000	Subtransporte

Jefe de cocina	700.000	Subtransporte
Asistente de cocina	600.000	Subtransporte
Auxiliares de cocina	500.000	Subtransporte
Cajera	400.000	Subtransporte
Secretaria auxiliar contable	200.000	Subtransporte
Jefe de bodega	460.000	Subtransporte
Mesero	420.000	subtransporte
Servicios generales	400.000	subtransporte
Mensajero	400.000	Subtransporte
TOTAL EMPLEADOS		13

5. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero tiene como finalidad obtener los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto, además para que pueda contar con suficiente liquidez y solvencia económica y financiera para su normal desarrollo. Este estudio aporta la información necesaria para estimar la rentabilidad

de los recursos que se utilizarán comparándola con la rentabilidad de otras inversiones.

5.1. INVERSIONES

5.1.1 inversión fija. En este ítem no se tendrá en cuenta los terrenos y las construcciones y edificaciones ya que el local se va a tomar en arriendo es propiedad de la empresa SACEITES S. A.

5.1.1.1 Maquinaria y equipo. Se adecuará de una maquinaria y equipos especializados para conservar los productos adecuadamente de acuerdo a las indicaciones del proveedor. Estos activos se tendrán distribuidos en la cocina y la bodega.

Cuadro 111 Maquinaria y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO				
CANTIDAD	DESCRIPCION	MARCA	VR, UNIT.	VR. TOTAL
1	Estufa industrial 8 quemadores	Imucol	1.550.000	1.550.000
1	Calentador 2170 6 divisiones	industrial	650.000	650.000
1	nevera 20 pies industrial	mabe	1.500.000	1.500.000
1	refrigerador 20 pies	mabe	750.000	750.000
2	extractores de olores	indifrial	250.000	500.000
1	estufa industrial comidas rapida	Imucol	750.000	750.000
2	Greca 30litros	Adobe	250.000	500.000
1	caja registradora ref 2170	Casio	250.000	250.000
TOTALES			5.950.000	6.450.000

5.1.1.2 Muebles y enseres. Para la adquisición de muebles y enseres se realizó una lista con el jefe de bodega indicando cantidades que se van a utilizar durante un año. Todo esto con el respaldo de la garantía del acreedor

Cuadro 112. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES				
CANTIDAD	DESCRIPCION	MARCA	VR. UNIT.	VR. TOTAL
3	Mesas auxiliares plasticas 60 x 1	Indumat	35.000	105.000
5	canastillas grandes legumbres	Vaniplas	10.000	50.000
50	mesas madera	Indumar	25.000	1.250.000
200	Sillas madera	Indumat	10.000	2.000.000
3	estantes metalicos 2 x 1	foruz	80.000	240.000
1	mostrador o barra en madera	Indumat	250.000	250.000
20	Cds musica	importmusic	5.000	100.000
3	Extintores	bomberos	58.000	174.000
2	Juegos escritorio y sillas	lmucol	250.000	500.000
TOTALES			723.000	4.669.000

5.1.1.3 Equipo de oficina

Cuadro 113. Equipo de oficina

EQUIPO DE OFICINA				
CANTIDAD	DESCRIPCION	MARCA	VR. UNIT.	VR. TOTAL
1	computador pentium	DTK	1.200.000	1.200.000
1	maquina escribir electronica	panasonic	250.000	250.000
1	Equipo de sonido	Philips	900.000	900.000
1	Televisor 29 pds	panasonic	450.000	450.000
4	ventiladores de techo	lmusa	18.000	72.000
2	telefonos teclado	Intelsa	50.000	100.000
1	Reloj de pared QUESH	Quesh	10.000	10.000
2	sumadoras	Casio	125.000	250.000
1	archivador 3 gaveteros	Indumat	350.000	350.000
1	FAX	panasonic	350.000	350.000
TOTALES			3.703.000	3.932.000

5.1.1.4 Total inversión fija

Cuadro 114. inversión fija

TOTAL INVERSION FIJA	
DESCRIPCION	VR. TOTAL
Maquinaria y equipo	6.450.000
Muebles y enseres	4.669.000
Equipo de oficina	3.932.000
TOTALES	15.051.000

5.1.2 Inversión diferida. Aquí se relacionan los costos o gastos necesarios de intangibles o preoperativos que incurrirá la empresa antes de iniciar las actividades normales como: estudio de factibilidad, constitución, derechos notariales, estudio de nombre. Licencias, costos de instalaciones, capacitación de personal, publicidad por lanzamiento de la empresa. Estos gastos serán amortizados en los cinco años siguientes al inicio de las actividades.

Cuadro 115. Inversión diferida

INVERSION DIFERIDA	
DESCRIPCION	VR. TOTAL
Estudio de factibilidad	1.120.000
Derechos notariales	250.000
Estudio de nombre y registros	150.000
Licencia de funcionamiento	80.000
avisos y tableros	130.000
publicidad, propaganda y promoción de lanzamiento	1.500.000
Adecuación de instalaciones	2.500.000
TOTALES	5.730.000

5.1.3 Inversión de capital de trabajo. Al iniciar labores la empresa necesitará contar con dinero en efectivo para suplir todas las necesidades durante el primer mes mientras que le ingresa dinero por su actividad.

5.1.3.1 Costos de producción

5.1.3.1.1 Insumos

Para costear los insumos del servicio de restaurante se tendrá en cuenta el porcentaje de participación por especialidad relacionado en el cuadro 65 de proyección de la capacidad utilizada

Cuadro 116. Porcentaje de los almuerzos por preferencia

Respuesta	%	no. Alm. dia	no. Alm. semana	no. Alm. año
Almuerzo corriente 1/2 porción	7%	14	81	3.904
Almuerzo corriente normal	77%	154	895	42.948
Almuerzo a la carta	16%	32	186	8.924
Total	100%	200	1.162	55.776

Insumos para servicio de restaurante. Aquí se relacionan los costos promedio de cada una de las especialidades. Almuerzo corriente, a la carta y media porción.

Cuadro 117. Costos de insumos para almuerzos corrientes

COSTO DE INSUMOS PARA ALMUERZOS CORRIENTES							
INGRD.	INSUMO	CANT. LIBRA	VALOR LIBRA	TOTAL UNIDAD	ALMUERZ. DIA = 154	MENSUAL 24 DIAS	CONSUMO AÑO
SECO	Arroz	0,15	550	83	12.705	304.920	3.659.040
	Grano	0,15	600	90	13.860	332.640	3.991.680
	Tuberculo	0,15	600	90	13.860	332.640	3.991.680
	Carne o pc	0,15	2.300	345	53.130	1.275.120	15.301.440
SOPA	Sopa	0,1	550	55	8.470	203.280	2.439.360
ENSLAD	Verdura 1	0,15	550	83	12.705	304.920	3.659.040
	Verdura 2	0,15	250	38	5.775	138.600	1.663.200
	Limón	0,05	300	15	2.310	55.440	665.280
JUGO	Fruta 2	0,1	600	60	9.240	221.760	2.661.120
POSTRE	Fruta 1	0,1	250	25	3.850	92.400	1.108.800
OTROS INSUMOS	Sal	0,08	200	16	2.464	59.136	709.632
	Azucar	0,08	500	40	6.160	147.840	1.774.080
	Condiment	0,1	300	30	4.620	110.880	1.330.560
	Aceite (litr	0,1	2.200	220	33.880	813.120	9.757.440
COSTO DE INSUMOS				1.189	183.029	4.392.696	52.712.352

El costo unitario de insumos del almuerzo corriente es \$1.189.

Cuadro 118. Cuadro de insumos para almuerzo media porción

COSTO DE INSUMOS PARA ALMUERZOS MEDIA PORCIÓN							
INGRD.	INSUMO	CANT. LIBRA	VALOR LIBRA	TOTAL UNIDAD	ALMUERZ DIA = 14	MENSUAL 24 DIAS	CONSUMO AÑO
SECO	Arroz	0,075	550	41	578	13.860	166.320
	Grano	0,075	600	45	630	15.120	181.440
	Tuberculo	0,075	600	45	630	15.120	181.440
	Carne o pol	0,075	2.300	173	2.415	57.960	695.520
SOPA	Sopa	0,05	550	28	385	9.240	110.880
ENSLAD	Verdura 1	0,075	550	41	578	13.860	166.320
	Verdura 2	0,075	250	19	263	6.300	75.600
	Limón	0,025	300	8	105	2.520	30.240
JUGO	Fruta 2	0,05	600	30	420	10.080	120.960
POSTRE	Fruta 1	0,05	250	13	175	4.200	50.400
OTROS INSUMOS	Sal	0,04	200	8	112	2.688	32.256
	Azucar	0,04	500	20	280	6.720	80.640
	Condimento	0,05	300	15	210	5.040	60.480
	Aceite (litro	0,05	2.200	110	1.540	36.960	443.520
COSTO DE INSUMOS				594	8.320	199.668	2.396.016

El Costo unitario de almuerzo media porción es de \$594

Para la Tabulación de almuerzos a la carta, se debe tener en cuenta que en esta especialidad hay varios tipos de alimentos que demandan, por esto se toma como referencia un plato muy demandado en la población; El Mute

Cuadro 119. Insumos para almuerzo a la carta

COSTO DE INSUMOS PARA ALMUERZOS A LA CARTA							
INGRD.	INSUMO	CANT. LIBRA	VALOR LIBRA	TOTAL UNID.	ALMUERZOS DIA = 32	MENSUAL 24 DIAS	CONSUMO AÑO
SECO	Arroz	0,15	550	83	2.640	63.360	760.320
	yuca frita	0,15	600	90	2.880	69.120	829.440
	Carne o p	0,15	2.300	345	11.040	264.960	3.179.520
SOPA	Mute	0,3	3.500	1.050	33.600	806.400	9.676.800
JUGO	Fruta 2	0,1	600	60	1.920	46.080	552.960
POSTRE	Fruta 1	0,1	250	25	800	19.200	230.400
OTROS INSUMOS	Sal	0,08	200	16	512	12.288	147.456
	Azucar	0,08	500	40	1.280	30.720	368.640
	Condime	0,1	300	30	960	23.040	276.480
	Aceite (li	0,1	2.200	220	7.040	168.960	2.027.520
COSTO DE INSUMOS				1.959	62.672	1.504.128	18.049.536

El costo promedio unitario del almuerzo a la carta es de \$1.969

Insumos para servicio de cafetería. Se calculará los costos tomando como referencia un solo servicio de cafetería que comprende un alimento sólido y un líquido, de todos los alimentos relacionados en el cuadro 57 y 56 se tomará los más representativos. De la primera tabulación el 17% restante de los otros productos reparten por partes iguales en los productos escogidos.

Cuadro 120. Bebidas acompañantes

BEBIDAS		
BEBIDAS	PARTIC.	CANTIDAD
Gaseosas	27,75 %	83
Jugos naturales	14,75 %	44
tinto	29,75 %	89
Aromática	27,75 %	83
TOTALES	100,00 %	300

Cuadro 121 costo de insumos de bebidas acompañantes

COSTO DE INSUMOS PARA BEBIDAS ACOMPAÑANTES							
INGRD.	INSUMO	CANT. LIBRA	VALOR LIBRA	TOTAL UNIDAD	CANTIDAD DIA	MENSUAL 24 DIAS	CONSUMO AÑO
TINTO	Azucar	0,02	550	11	979	23.496	281.952
	Cafe	0,02	450	9	801	19.224	230.688
	COSTO TINTO			20	1.780	42.720	512.640
ENVASE	Gaseosa	1	650	650	53.950	1.294.800	15.537.600
JUGO	Fruta	0,1	600	60	2.640	63.360	760.320
	aZUCAR	0,1	500	50	2.200	52.800	633.600
	COSTO JUGO			110	4.840	116.160	1.393.920
AROMATICA	sobre	1	100	100	8.300	199.200	2.390.400
	aZUCAR	0,02	500	10	830	19.920	239.040
	COSTO AROMATICA			110	9.130	219.120	2.629.440
COSTO DE INSUMOS					85.450	1.672.800	20.073.600

Cuadro 122. Porcentaje participación alimentos de cafetería

ALIMENTOS		
ALIMENTO	PARTIC .	CANTIDAD
Empanadas	30,75 %	92
Buñuelo	13,75 %	41
Papas	17,75 %	53
Pan	37,75 %	113
TOTALES	100,00 %	300

Cuadro 123 Costo de insumos para alimentos de cafetería

COSTO DE INSUMOS PARA ALIMENTOS DE CAFETERIA							
INGRD.	INSUMO	CANT. LIBRA	VALOR LIBRA	TOTAL UNIDAD	ALM. DIA	MENSUAL 24 DIAS	CONSUMO AÑO
Empanada	Arroz	0,07	550	39	3.542	85.008	1.020.096
	Cilantro	0,05	300	15	1.380	33.120	397.440
	Cebolla	0,05	500	25	2.300	55.200	662.400
	huevos	0,02	200	4	368	8.832	105.984
	Sal	0,01	200	2	184	4.416	52.992
	Aceite (litros)	0,03	2.000	60	5.520	132.480	1.589.760
	condimentos	0,01	300	3	276	6.624	79.488
	Carne o pollo	0,1	2.200	220	20.240	485.760	5.829.120
TOTAL COSTO				368	33.810	811.440	9.737.280
Papas Rellena	Arroz	0,07	550	39	2.041	48.972	587.664
	Cilantro	0,05	300	15	795	19.080	228.960
	Cebolla	0,05	500	25	1.325	31.800	381.600
	huevos	0,05	200	10	530	12.720	152.640
	Sal	0,01	200	2	106	2.544	30.528
	Aceite (litros)	0,03	2.100	63	3.339	80.136	961.632
	condimentos	0,01	300	3	159	3.816	45.792
	Carne o pollo	0,1	2.000	200	10.600	254.400	3.052.800
TOTAL COSTO				357	18.895	453.468	5.441.616
Buñuelo	queso salado	0,22	500	110	4.510	108.240	1.298.880
	harina buñuelos	0,22	500	110	4.510	108.240	1.298.880
	harina almidon	0,1	450	45	1.845	44.280	531.360
	huevos	0,03	200	6	246	5.904	70.848
	Aceite (litros)	0,03	200	6	246	5.904	70.848
TOTAL COSTO				277	11.357	272.568	3.270.816
pan	cascarita	1	100	100	11.400	273.600	3.283.200
TOTAL INSUMOS					75.462	1.811.076	21.732.912

Insumos para servicio a domicilio

Los insumos a domicilio están compuestos por:

- 1 bandeja de Icopor para seco,
- 1 vaso icopor para sopa,
- 1 vaso para jugo
- Bolsas metalizadas que sirvan para llevarlos hasta el sitio donde se generó el pedido. Además de pitillos y servilletas.

Para hallar el valor de los insumos del servicio a domicilio se toma el total de almuerzos que se van a producir diariamente (200) se calcula el 93% (que fue el % de preferencia relacionado en el cuadro 15)

200 almuerzos por 93% = 186 almuerzos diarios

Se calculará para 186 almuerzos aplicándole el % de preferencia para cada uno tomado del cuadro 119

Almuerzo corriente	=	77%	=	143	Almuerzos
Almuerzo a la carta	=	16%	=	30	Almuerzos
Almuerzo media porción	=	7%	=	13	Almuerzos

Para los servicios de cafetería solamente se compraran bolsas, pitillos y servilletas

Cuadro 124. Insumos para el servicio a domicilio.

INSUMOS SERVICIO A DOMICILIO									
ESPECIALIDAD	%	%	Band.	Vaso	Vaso		COSTO	TOTAL	TOTAL
	pref.	186	Seco	sopa	jugo	TOTAL	TOTAL	MES	AÑO
Almorciones	77%	143	130	50	50	230	32.941	790.574	9.486.893
Alm a la carta	16%	30	130	50	50	230	6.845	164.275	1.971.302
Alm media porción	7%	13	70	25	25	120	1.560	37.440	449.280
TOTAL ALM	100%	186	330	125	125	580	41.345	992.290	11.907.475
Pitillos		300				5	1.500	36.000	432.000
Srvilletas		300				5	1.500	36.000	432.000
Bolsas		500				10	5.000	120.000	1.440.000
TOTALES							49.345	1.184.290	14.211.475

Cuadro 125 Total costo de insumos

TOTAL COSTOS INSUMOS					
DETALLE	CANTIDAD	%	VALOR	VALOR	%
		PROD	MENSUAL	ANUAL	PARTC
Corriente	154	72%	4.392.696	52.712.352	
1/2 porción	14	3%	199.668	2.396.016	
Carta	32	25%	1.504.128	18.049.536	
TOTAL RESTAURANTE	200	100%	6.096.492	73.157.904	57%
Alimentos cafetería	300	52%	1.811.076	21.732.912	
Bebidas de cafetería	300	48%	1.672.800	20.073.600	
TOTAL CAFETERIA	300	100%	3.483.876	41.806.512	32%
TOTAL DOMICILIO	186		1.184.290	14.211.475	11%
TOTALES	1300		10.764.658	129.175.891	100%

5.1.3.1.2 Mano de obra directa. La empresa contará con la siguiente mano de obra directa: 1 jefe de cocina, 1 asistente de cocina y 1 auxiliar de cocina, todos ellos devengaran menos de 2 SMLV por lo tanto se les cancelará el subsidio de transporte a que tienen derecho por ley.

Cuadro 126. Mano de obra directa.

MANO DE OBRA DIRECTA						
DESCRIPCION	NO. PERS.	SALARIO MENSUAL	SUBSID. TRANSP.	CARGA prest. 56,535%	TOTAL MES	TOTAL AÑO
Jefe de cocina	1	700.000	41.600	419.264	1.160.864	13.930.363
Asistente de cocina	1	600.000	41.600	362.729	1.004.329	12.051.943
Auxiliar de cocina	1	500.000	83.200	329.712	912.912	10.954.945
TOTALES	3	1.800.000	166.400	1.111.704	3.078.104	36.937.251

5.1.3.1.3 Costos indirectos de fabricación

Cuadro 127. Mano de obra indirecta.

MANO DE OBRA INDIRECTA						
DESCRIPCION	# PERS.	SALARIO MENSUAL	SUBS. TRANSP.	CARGA PREST. 56,535%	TOTAL MES	TOTAL AÑO
Mesero	1	420.000	41.600	260.966	722.566	8.670.787
Servicios generales	1	400.000	41.600	249.659	691.259	8.295.103
Jefe de bodega	1	460.000	41.600	283.580	785.180	9.422.155
Mensajero	1	400.000	41.600	249.659	691.259	8.295.103
TOTALES	4	1.680.000	166.400	1.043.862	2.890.262	34.683.147

Cuadro 128. Herramientas.

HERRAMIENTAS				
CANTIDAD	DESCRIPCION	MARCA	VR. UNITARIO	VR. TOTAL
10	Cuchillos	Imusa	10.000	100.000
10	tenedores grandes	Imusa	12.500	125.000
10	cucharas auxiliares	Imusa	1.500	15.000
20	baja ollas	Hogar	1.000	20.000
15	recipientes plásticos	Vaniplax	500	7.500
5	Recipientes de basura acrílico	imucol	25.000	125.000
10	palilleros	Vaniplax	500	5.000
100	limpiones	Hogar	500	691.000
4	cucharonas palo	Maderitas	3.500	14.000
5	Recipientes de basura	vaniplast	7.000	35.000
20	Tablas de madera	,maderitas	2.500	50.000
200	platos porcelana	corona	1.500	300.000
200	Vasos de vidrio	Peldar	750	150.000
50	platos para ají	Peldar	200	10.000
50	platos ensalada	Peldar	200	10.000
200	cubiertos y cuchillos de acero	Inox	2.000	400.000
50	Servilleteros	Vaniplax	700	35.000
TOTALES			69.850	2.092.500

Depreciación acumulada. Para la depreciación de los activos fijos se manejará el método de línea recta con un periodo de depreciación de 10 años.

Cuadro 129 Depreciación de activos fijos

DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS				
DETALLE INVERSIONES	AÑOS A DEPRECIAR	VALOR ACTIVO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Maquinaria y equipo	10	6.450.000	53.750	645.000
Equipo de oficina	10	3.932.000	32.767	393.200
Muebles y Enseres	10	4.669.000	38.908	466.900
TOTALES	30	15.051.000	125.425	1.505.100

Cuadro 130. Otros costos indirectos

OTROS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION			
DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	TOTAL AÑO	% PARTIC.
Ariendo 60%del total \$500,000	300.000	3.600.000	29%
Servicios Publicos (43%del total \$250,000	107.500	1.290.000	10%
Celaduria	100.000	1.200.000	10%
Mantenimiento de equipos 3% del total maq. Y e	193.500	2.322.000	18%
Transporte 50%del total (\$100,000)	50.000	600.000	5%
Seguros todo riesgo 40%del total \$250,000	100.000	1.200.000	10%
Elementos de aseo	150.000	1.800.000	14%
Utiles y papeleria	50.000	600.000	5%
TOTALES	1.051.000	12.612.000	100%

5.1.3.1.4 Total costos de producción

Cuadro 131. Total costos de producción

TOTAL COSTOS DE PRODUCCION			
DESCRIPCION	VALOR MES	TOTAL AÑO	% PARTC
Insumos	10.764.618	129.175.891	60%
Mano de obra directa	3.078.104	36.937.251	17%
Mano de obra indirecta	2.890.262	34.683.147	16%
Depreciacion acumulada	125.425	1.505.100	1%
Herramientas	174.375	2.092.500	1%
Otros costos Indirectos	1.051.000	12.612.000	6%
TOTALES	18.083.784	217.005.889	100%

5.1.3.2 Gastos de administración y ventas

5.1.3.2.1 Mano de obra directa

Cuadro 132. Mano de obra directa.

MANO DE OBRA DIRECTA					
DESCRIPCION	SALARIO MENSUAL	SUB. TRANSP.	CARGA REST. 56,535	TOTAL MES	TOTAL AÑO
Coordinador logistico	600.000	41.600	362.729	1.004.329	12.051.943
Cajera	400.000	41.600	249.659	691.259	8.295.103
Secretaria aux. cont.	200.000	20.800	124.829	345.629	4.147.551
TOTALES	1.200.000	104.000	737.216	2.041.216	24.494.597

5.1.3.2.2 Mano de obra indirecta. Se contratará al contador público para laborar 6 horas a la semana y por este servicio se le cancelará \$200.000 mensuales también se realizará contrato con la nutricionista la cual laborará el mismo tiempo, A estos dos funcionarios se les cancelará \$200.000 mensuales por concepto de honorarios.

Cuadro 133. Mano de obra indirecta.

MANO DE OBRA INDIRECTA		
DESCRIPCION	SALARIO MENSUAL	TOTAL AÑO
Contador público	200.000	2.400.000
Nutricionista	200.000	2.400.000
TOTALES	400.000	4.800.000

5.1.3.2.3 Amortización diferida. La inversión diferida se amortiza a 5 años durante el tiempo de vida de evaluación del proyecto.

Cuadro 134. Amortización diferida

AMORTIZACION DIFERIDA				
DESCRIPCION	AÑOS AMORTIZABLES	VALOR ACTIVO	VALOR MES	TOTAL AÑO
Diferidos	5	5.730.000	95.500	1.146.000
TOTALES	5	5.730.000	95.500	1.146.000

5.1.3.2.4 Otros costos Indirectos

Cuadro 135. Otros costos indirectos.

OTROS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION			
DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	TOTAL AÑO	% PARTC
Arriendo 40% del total \$500,000	200.000	2.400.000	24%
Servicios Públicos 57% del total (\$250,000)	142.500	1.710.000	17%
Transporte 50% del total (\$100,000)	50.000	600.000	6%
Seguros todo riesgo 60% del total \$250,000	150.000	1.800.000	18%
Publicidad y promoción lanzamiento y operación	100.000	1.200.000	12%
Elementos de aseo	70.000	840.000	8%
Utiles y papelería	120.000	1.440.000	14%
TOTALES	832.500	9.990.000	100%

5.1.3.2.5 Total gastos de administración y ventas

Cuadro 136. Total gastos de administración y ventas.

TOTAL GASTOS ADMON Y VENTAS		
DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	TOTAL AÑO
Mano de obra directa	2.041.216	24.494.597
Mano de Obra indirecta	400.000	4.800.000
Amortización diferida	95.500	1.146.000
Otros costos indirectos	832.500	9.990.000
TOTALES	3.369.216	40.430.597

Descripción de obligaciones laborales

Cuadro 137. Descripción de obligaciones laborales

OBLIGACIONES LABORALES		
DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	TOTAL AÑO
Total nómina de producción	3.812.800	45.753.600
Total nómina de administración	1.304.000	15.648.000
TOTAL NOMINA	5.116.800	61.401.600
APARTES PARA FISCALES		
Sena 2%	102.336	1.228.032
I:C:B:F 3%	153.504	1.842.048
Caja compensación familiar 4%	204.672	2.456.064
A.R.P: 1%	51.168	614.016
ISS 18,875%	965.796	11.589.552
TOTAL PARA FISCALES	1.477.476	17.729.712
OBLIGACIONES LABORALES		
Prima 8,33%	426.229	5.114.753
Vacaciones 10% de nomina	511.680	6.140.160
Cesantias 8,33%	426.229	5.114.753
Intereses sobre cesantias 1% (12%)	51.168	614.016
TOTAL OBLIGACIONES LABORALES	1.415.307	16.983.683
TOTALES	2.892.783	34.713.395

5.1.3.3 Gastos financieros.

Cuadro 148. Gastos financieros

GASTOS FINANCIEROS		
DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	TOTAL AÑO
Intereses financieros	510.000	5.185.000
TOTALES	510.000	5.185.000

El Coordinador logístico hará la apertura de cuenta corriente a nombre de Restaurante Industrial Girones la cual estará bajo custodia y responsabilidad.

5.1.3.4 Total capital de trabajo. El capital de trabajo es calculado para un mes, y comprende los costos de producción sin depreciación y carga prestacional, gastos de administración y ventas sin amortización y carga prestacional ya que no corresponden a salidas de dinero.

Cuadro 139. Total capital de trabajo.

DESCRIPCION	VALOR MES
Costos de producción	15.802.793
Gastos de administración y ventas	2.536.500
Gastos financieros	510.000
TOTALES	18.849.293

5.1.4 Inversión total

Cuadro 140. Inversión total

INVERSION TOTAL	
DESCRIPCION	TOTAL MES
Inversion fija	15.051.000
Inversion diferida	5.730.000
Capital de trabajo	18.849.293
TOTALES	39.630.293

La inversión total que se requiere para iniciar actividades en el Restaurante industrial Gironés es de \$39.630.293 solventando los requerimientos de un mes.

Cuadro 141. Balance General inicial

RESTAURANTE INDUSTRIAL GIRONES			
BALANCE GENERAL			
AÑO 0			
ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Caja - Bancos	<u>18.849.293</u>	Obligaciones financieras por pagar	0
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	18.849.293	TOTAL PASIVO CORRIENTE	0
ACTIVO FIJO		PASIVO FIJO	
Maquinaria y equipo	6.450.000	Capital	39.630.293
Muebles y Enseres	4.669.000		
Equipo de oficina	3.932.000		
Inversiones Diferidas	5.730.000		
TOTAL ACTIVO FIJO	20.781.000	TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	39.630.293
TOTAL ACTIVO	39.630.293		

5.1.5 Fuentes de financiación

5.1.5.1 Recursos propios. Para la puesta en marcha y operación de la empresa requiere de una inversión total de \$9.630.293; este dinero es el valor capital que el gestor del proyecto aportará para el inicio de las actividades.

5.1.5.2 Recursos de terceros. Para la inversión inicial se tomará un préstamo bancario por \$30.000.000 a 36 meses con un interés del 1.7% M.V.

Cuadro 142. Tabla de amortización del crédito.

TABLA DE DE AMORTIZACION DEL CREDITO				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	CUOTA	SALDO
0				30.000.000
1	833.333	510.000	1.343.333	29.166.667
2	833.333	495.833	1.329.166	28.333.334
3	833.333	481.667	1.315.000	27.500.001
4	833.333	467.500	1.300.833	26.666.668
5	833.333	453.333	1.286.666	25.833.335
6	833.333	439.167	1.272.500	25.000.002
7	833.333	425.000	1.258.333	24.166.669
8	833.333	410.833	1.244.166	23.333.336
9	833.333	396.667	1.230.000	22.500.003
10	833.333	382.500	1.215.833	21.666.670
11	833.333	368.333	1.201.666	20.833.337
12	833.333	354.167	1.187.500	20.000.004
TOTAL AÑO 1	9.999.996	5.185.000	15.184.996	20.000.004
13	833.333	340.000	1.173.333	19.166.671
14	833.333	325.833	1.159.166	18.333.338
15	833.333	311.667	1.145.000	17.500.005
16	833.333	297.500	1.130.833	16.666.672
17	833.333	283.333	1.116.666	15.833.339
18	833.333	269.167	1.102.500	15.000.006
19	833.333	255.000	1.088.333	14.166.673
20	833.333	240.833	1.074.166	13.333.340
21	833.333	226.667	1.060.000	12.500.007
22	833.333	212.500	1.045.833	11.666.674
23	833.333	198.333	1.031.666	10.833.341
24	833.333	184.167	1.017.500	10.000.008
TOTAL AÑO 2	10.000.000	3.145.001	13.144.997	10.000.000
25	833.333	170.000	1.003.333	9.166.667
25	833.333	155.833	989.166	8.333.334
25	833.333	141.667	975.000	7.500.001
25	833.333	127.500	960.833	6.666.668
25	833.333	113.333	946.666	5.833.335
25	833.333	99.167	932.500	5.000.002
25	833.333	85.000	918.333	4.166.669
25	833.333	70.833	904.166	3.333.336
25	833.333	56.667	890.000	2.500.003
25	833.333	42.500	875.833	1.666.670
25	833.333	28.333	861.666	833.337
25	833.337	14.167	847.504	0
TOTAL AÑO 3	10.000.004	1.105.004	11.105.004	0
TOTAL GNRAL	30.000.000	9.435.006	39.434.998	

5.2 COSTOS.

Dependiendo de la incidencia de los costos sobre el producto terminado, se calculan los costos fijos y variables y así para determinar el valor de los costos totales.

5.2.1 Costos fijos Estos costos no están sujetos a las ventas, es decir vendase o no se van a causar al final de cada periodo

5.2.2 Costos variables. Estos costos están sujetos a las ventas

5.2.3 Costos totales. Los componen los costos fijos y variables.

Cuadro 143. Costos fijos variables y totales

COSTOS TOTALES				
NOMBRE	FIJOS		VARIABLES	
	valor	% partc.	valor	% partc.
Insumos		0 %	129.175.891	87 %
MOD producción	36.937.251	32 %		
MOI producción	34.683.147	30 %		
Herramientas			2.092.500	1 %
Depreciación activos	1.505.100	1 %		
arriendo	6.000.000	5 %		
Servicios públicos			3.000.000	2 %
Celaduria	1.200.000	1 %		
Mantenimiento equipos			2.322.000	2 %
Transportes			1.200.000	1 %
Seguros	3.000.000	3 %		
Elementos aseo y caf útiles y papelería			2.640.000	2 %
MOD admón. y venta	24.494.597	22 %	2.040.000	1 %
MOI admón. y ventas	4.800.000	4 %		
Amortización diferida	1.146.000	1 %		
Publicidad operación			1.200.000	1 %
Gastos financieros			5.185.000	3 %
TOTAL COSTOS	113.766.095	100 %	148.855.391	100 %
TOTAL COSTOS FIJOS			113.766.095	43 %
TOTAL COSTOS VARIABLES			148.855.391	57 %
COSTOS TOTALES			262.621.486	100 %

Costo unitario Con la tabulación anterior se determina el costo unitario por cada línea de producción. Debido a que el proyecto manejará dos líneas de producción servicio de restaurante y servicios adicionales de cafetería y a su vez cada una produce varios alimentos para cada línea. El costeo por

línea se hará de por el porcentaje de participación de cada componente de los costos comparado con el costeo total.

Cuadro 144 costos unitarios

COSTOS UNITARIOS												
COSTOS TOTALES		RESTAURANTE			CAFETERIA 36%							
		5 participacion 64%			ALIMENTOS 52%				BEBIDAS 48%			
NOMBRE	FIJOS	Cte.	1/2 porc.	carta	empan.	buñuelos	papas	pan	tinto	gaseosa	jugo	aromatica
	valor	77%	7%	16%	3075%	14%	18%	38%	30%	88%	15%	28%
MOD producción	36.937.251	18.202.677	1.654.789	3.782.375	2.126.256	950.765	1.227.351	2.610.282	1.898.870	1.771.215	941.457	1.771.215
MOI producción	34.683.147	17.091.855	1.553.805	3.551.554	1.996.501	892.744	1.152.452	2.450.989	1.782.991	1.663.126	884.004	1.663.126
Depreciación ac	1.505.100	741.713	67.428	154.122	86.640	38.741	50.011	106.362	77.374	72.173	38.362	72.173
arriendo	6.000.000	2.956.800	268.800	614.400	345.384	154.440	199.368	424.008	308.448	287.712	152.928	287.712
Seguros	3.000.000	1.478.400	134.400	307.200	172.692	77.220	99.684	212.004	154.224	143.856	76.464	143.856
Celaduria	1.200.000	591.360	53.760	122.880	69.077	30.888	39.874	84.802	61.690	57.542	30.586	57.542
MOD admón. y v	24.494.597	12.070.937	1.097.358	2.508.247	1.410.007	630.491	813.906	1.730.984	1.259.218	1.174.565	624.318	1.174.565
MOI admón. y ve	4.800.000	2.365.440	215.040	491.520	276.307	123.552	159.494	339.206	246.758	230.170	122.342	230.170
Amortización difer	1.146.000	564.749	51.341	117.350	65.968	29.498	38.079	80.986	58.914	54.953	29.209	54.953
TOTAL FIJOS	113.766.095	56.063.932	5.096.721	11.649.648	6.548.831	2.928.339	3.780.220	8.039.622	5.848.487	5.455.312	2.899.670	5.455.312
Insumos	129.175.891	52.734.528	2.395.008	18.146.304	9.750.528	3.270.816	5.449.248	3.254.400	512.640	15.537.600	1.393.920	2.611.584
Servicios públicos	3.000.000	1.478.400	134.400	307.200	172.692	77.220	99.684	212.004	154.224	143.856	76.464	143.856
Herramientas	2.092.500	1.031.184	93.744	214.272	120.453	53.861	69.530	147.873	107.571	100.340	53.334	100.340
Mantenimiento eq	2.322.000	1.144.282	104.026	237.773	133.664	59.768	77.155	164.091	119.369	111.345	59.183	111.345
Transportes	1.200.000	591.360	53.760	122.880	69.077	30.888	39.874	84.802	61.690	57.542	30.586	57.542
Elementos aseo y	2.640.000	1.300.992	118.272	270.336	151.969	67.954	87.722	186.564	135.717	126.593	67.288	126.593
útiles y papelería	2.040.000	1.005.312	91.392	208.896	117.431	52.510	67.785	144.163	104.872	97.822	51.996	97.822
Publicidad operad	1.200.000	591.360	53.760	122.880	69.077	30.888	39.874	84.802	61.690	57.542	30.586	57.542
Gastos financieros	5.185.000	2.555.168	232.288	530.944	298.469	133.462	172.287	366.414	266.550	248.631	132.155	248.631
TOTAL VARIABL	148.855.391	62.432.586	3.276.650	20.161.485	10.883.359	3.777.366	6.103.158	4.645.111	1.524.324	16.481.271	1.895.511	3.555.255
TOTALES	262.621.486	118.496.517	8.373.371	31.811.133	17.432.190	6.705.706	9.883.378	12.684.733	7.372.811	21.936.583	4.795.181	9.010.567
UNIDADES A PRODUCIR		44352	4032	9216	36503	16283	21041	32544	39655	23904	16198	30537
COSTO UNITARIO		2.672	2.077	3.452	478	412	470	150	186	650	296	295
C,VARIABLE UNITARIO		1.408	813	2.188	298	232	290	143	38	689	117	116
MARG. CONTRIB. 10%		141	81	219	30	23	29	14	4	69	12	12
PRECIO DE VENTA		378.761	170.844	758.573	14.716	9.965	14.094	100	901	700	3.760	3.730
PVU.	CTU/1-MG	2.969	2.307	3.835	531	458	522	167	207	722	329	328

5.2.4 Precio de venta. De acuerdo a la tabulación del cuadro anterior los precios de venta son los siguientes:

Cuadro 145. Precios de venta

PRECIOS DE VENTA	
NOMBRE	VALOR
RESTAURANTE	
Alm . Corriente	2.969
Alm . 1/2 porción	2.307
Alm . Carta	3.835
CAFETERIA	
Alimentos	
Empanadas	531
Buñuelos	458
Papas	522
Pan	167
Bebidas	
Tinto	207
Gaseosa	722
Jugo	329
Aromaticas	328

5.3 PRESUPUESTOS DE INGRESOS Y EGRESOS

Corresponde a todos los egresos en que incurra la empresa para el desarrollo de su objeto social. Al igual que los ingresos que recibirá por sus ventas en el giro ordinario de sus labores.

5.3.1 Egresos. En este tema se definirá los costos por compras de materias primas e insumos, costos de mano de obra directa, los costos indirectos de fabricación y costos financieros.

Cuadro 146. Egresos

TOTAL EGRESOS		
DESCRIPCION	TOTAL MES	TOTAL AÑO
Costos de produccion	21.114.252	217.005.889
Gastos de administracion y ventas	3.369.216	40.430.597
Gastos financieros	510.000	5.185.000
TOTALES	21.885.124	262.621.486

Egresos proyectados: Para la proyección de egresos se tomara un incremento a partir de 2005 a partir del 3.7% incremento actual de la economía (tomada de diario Portafolio de julio 27 de 2004. Asi: año 2005 con 4%, año 2006 con 4.3%, año 2007 con 4.5% y año 2008 con 4.8%

Cuadro 147. Egresos proyectados

EGRESOS PROYECTADOS					
DESCRIPCION	AÑO 2004	AÑO 2005 4%	AÑO 2006 4,3%	AÑO 2007 4,5%	AÑO 2008 4,8%
Costos de produccion	215.500.789	224.120.821	233.758.016	244.277.127	256.002.429
depreciacion acumulada	1.505.100	1.505.100	1.505.100	1.505.100	1.505.100
Gastos de admon y ventas	39.284.597	40.855.981	42.612.788	44.530.364	46.667.821
Amortizacion diferida	1.146.000	1.146.000	1.146.000	1.146.000	1.146.000
Gastos financieros	5.185.000	3.145.001	1.105.004	0	0
TOTALES	262.621.486	270.772.902	280.126.908	291.458.590	305.321.350

5.3.2 Ingresos Proyectados. Los ingresos provienen de las ventas de diferentes especialidades de almuerzos y servicios de cafetería que se producen diariamente teniendo en cuenta la capacidad instalada y utilizada. Además del servicio a domicilio solamente se adicionará el transporte en donde cada recorrido tiene un costo de \$300. Es de aclarar que en la producción de \$200 almuerzos están incluidos los que se soliciten a domicilio, De acuerdo a la tabulación de las encuestas los trabajadores expresaron que si por cualquier motivo no se pueda salir de las instalaciones a almorzar pedirían el almuerzo a domicilio en caso contrario visitarían el lugar. Los ingresos proyectados se calculará con el índice incremento de la demanda según el diario Portafolio de julio 26 de 2004

Cuadro 148. Ingresos

PRECIOS DE VENTA		SERVICIOS	SERVICIOS	INGRESOS
NOMBRE	VALOR	DIA	AL AÑO	AÑO
Alm. Corriente	2.969	154	44.352	131.681.088
Alm. 1/2 porción	2.307	14	4.032	9.301.824
Alm. Carta	3.835	32	9.216	35.343.360
RESTAURANTE		200	57.600	176.326.272
Alimentos				0
Empanadas	531	92	26.496	14.069.376
Buñuelos	458	41	11.808	5.408.064
Papas	522	53	15.264	7.967.808
Pan	167	114	32.832	5.482.944
Bebidas				0
Tinto	207	89	25.632	5.305.824
Gaseosa	722	83	23.904	17.258.688
Jugo	329	44	12.672	4.169.088
Aromaticas	328	84	24.192	7.934.976
CAFETERIA		600	172.800	67.596.768
Transp. Serv. Dom.	400	186	55.872	22.348.800
SERv. Dom. Cafet.	400	279	80.352	32.140.800
TOTAL INGRESOS				298.412.640

Ingresos proyectados:

La capacidad instalada para el año 1 solamente ocupa el 66% de la capacidad total diseñada por esta razón se aumentará tanto la producción como los precios para los siguientes cinco años en el mismo porcentaje del aumento del índice de la economía de acuerdo al diario económico mencionado anteriormente.

Cuadro 149. Ingresos proyectados

2004				2005				2006			2007			2008		
Precios de venta		prod	serv.	ingresos		Prod.		2006	Prod.		2007	Prod.			Prod.	
Nombre	Valor	dia	año	año	precio	año	INGRESOS	VALOR	año	INGRESOS	VALOR	año	INGRESOS	vr.	año	INGRESOS
Alm. Crw	2.969	154	44.352	131.681.088	3.088	46.126	142.426.265	3.221	48.110	154.938.270	3.365	50.274	169.196.464	3.527	52.688	185.829.153
Alm. 1/2	2.307	14	4.032	9.301.824	2.399	4.193	10.060.853	2.502	4.374	10.944.689	2.615	4.570	11.951.874	2.741	4.790	13.126.791
Alm. Carta	3.835	32	9.216	35.343.360	3.988	9.585	38.227.378	4.160	9.997	41.585.615	4.347	10.447	45.412.531	4.556	10.948	49.876.765
RESTAURANTE		200	57.600	176.326.272	9.475	59.904	190.714.496	9.883	62.480	207.468.574	10.328	65.291	226.560.869	10.823	68.425	248.832.709
Alimentos				0												
Empan.	531	92	26.496	14.069.376	552	27.556	15.217.437	576	28.741	16.554.274	602	30.034	18.077.681	631	31.476	19.854.789
Buñ.	458	41	11.808	5.408.064	476	12.280	5.849.362	497	12.808	6.363.223	519	13.385	6.948.798	544	14.027	7.631.893
Papas	522	53	15.264	7.967.808	543	15.875	8.617.981	566	16.557	9.375.062	592	17.302	10.237.802	620	18.133	11.244.219
Pan	167	114	32.832	5.482.944	174	34.145	5.930.352	181	35.614	6.451.328	189	37.216	35.264.281	198	39.003	38.730.901
Bebidas				0												
Tinto	207	89	25.632	5.305.824	215	26.657	5.738.779	225	27.804	6.242.925	235	29.055	6.817.430	246	30.449	7.487.611
Gaseosa	722	83	23.904	17.258.688	751	24.860	18.666.997	783	25.929	20.306.874	818	27.096	22.175.614	858	28.397	24.355.566
Jugo	329	44	12.672	4.169.088	342	13.179	4.509.286	357	13.746	4.905.422	373	14.364	5.356.843	391	15.054	5.883.442
Aromaticas	328	84	24.192	7.934.976	341	25.160	8.582.470	356	26.166	9.309.577	372	27.344	10.166.291	390	28.656	11.165.678
A DOMICILIO		600	172.800	67.596.768		179.712	73.112.664		93.644	79.508.684		97.858	115.044.741		102.556	126.354.099
nsp. Serv. D	400	186	55.872	22.348.800	416	58.107	24.172.462	434	60.605	26.295.989	453	63.333	28.715.877	475	66.373	31.538.763
Rv. Dom. Ca	400	279	80.352	32.140.800	416	83.566	34.763.489	434	87.159	37.817.427	453	91.082	41.297.576	475	95.454	45.357.293
TOTAL INGRESOS				298.412.640			322.763.111			351.090.673			411.619.063			452.082.863

5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio en productos fabricados se determina aplicando la fórmula para Multiproducto, ya que el proyecto tiene varias líneas de producción

$P:E = \text{Costos fijos Totales} / \text{Margen de contribución ponderado.}$

En el cuadro 150 se determina el margen de contribución ponderado siguiente se relaciona

Cuadro 150. Margen de contribución ponderado

MARGEN DE CONTRIBUCION PONDERADO							
PRODUCTO	VALOR	VENTAS		PART.	c. Var.	Marg.	Marg.
		AL AÑO	AÑO	%	unit.	contr.	x linea
Alm. Corriente	2.969	44.352	131.681.088	77%	1408	1.561	1.202
Alm. 1/2 porció	2.307	4.032	9.301.824	7%	813	1.494	105
Alm. Carta	3.835	9.216	35.343.360	16%	2188	1.647	264
RESTAURANTE		57.600	176.326.272	100%	1.570		
Alimentos							
Empanadas	531	26.496	14.069.376	31%	298	233	71
Buñuelos	458	11.808	5.408.064	14%	232	226	31
Papas	522	15.264	7.967.808	18%	290	232	41
Pan	167	32.832	5.482.944	38%	143	24	9
TOTAL		86.400	32.928.192	100%	152		
Bebidas							
Tinto	207	25.632	5.305.824	30%	38	169	50
Gaseosa	722	23.904	17.258.688	28%	689	33	9
Jugo	329	12.672	4.169.088	15%	117	212	31
Aromaticas	328	24.192	7.934.976	28%	116	212	59
TOTAL		86.400	34.668.576	100%	150		
A DOMICILIO							
ansp. Serv. Dom	400	55.872	22.348.800	41%	116	284	116,48
ERv. Dom. Cafe	400	80.352	32.140.800	59%	116	284	167,52
TOTAL		136.224	54.489.600	100%	284		
TOTAL INGRESOS			230.815.872	MARG. POND.			2.156

El margen de contribución ponderado es \$2.156.

P:E = Costos fijos Totales/ Margen de contribución ponderado.

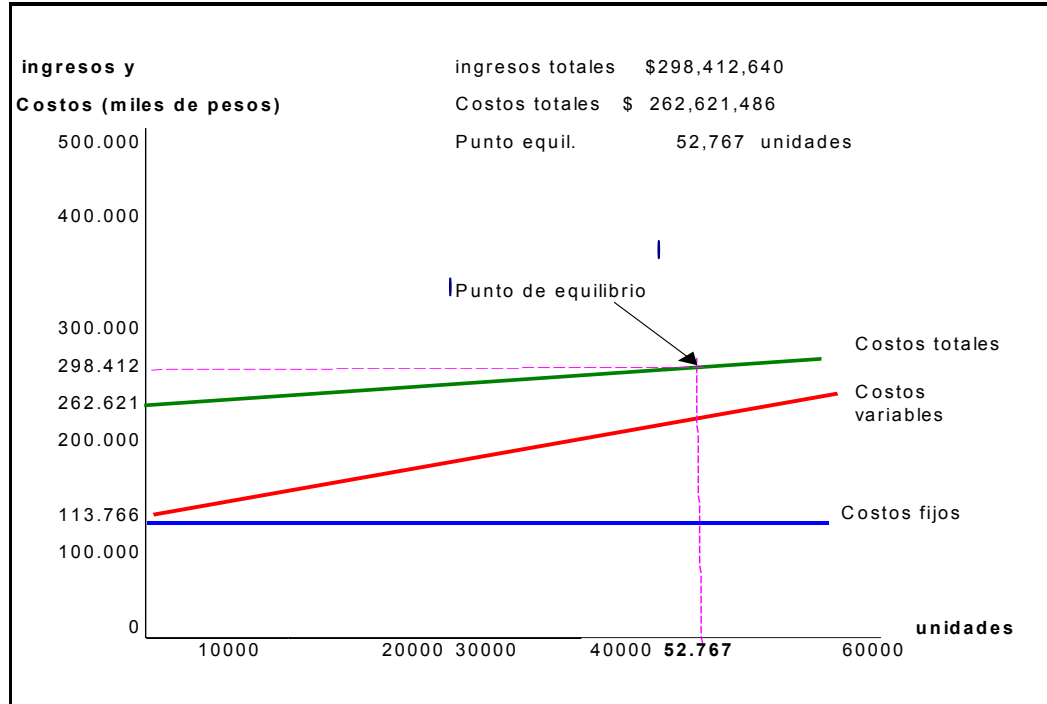
$$P:E = \frac{\$113.766.095}{\$2.156} = 52.767 \text{ unidades}$$

A continuación se distribuyen estas unidades del punto de equilibrio dentro de las líneas de producción.

Cuadro 151. Distribución de unidades

Producto	% participación	Punto equilibrio
Servicios restaurantes	59%	31.132
Servicios Cafetería	22%	11.609
Servicios a domicilio	19%	10.026
Totales	100%	52.767

Figura 53. Punto de equilibrio



De acuerdo al valor de los costos fijos \$113.766.095 y los costos variables son \$148.855.391 el punto de equilibrio se lograría solamente cuando se produzca 52.767 unidades.

5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El flujo de caja proyectado consiste en un cálculo anticipado de entradas y salidas de dinero que tienen como objetivos básicos los siguientes:

- Determinar los sobrantes o faltantes de dinero y tomar medidas para invertir adecuadamente los sobrantes y financiar los faltantes.
- Identificar el comportamiento del flujo de dinero por entradas, salidas o financiación en periodos cortos y establecer un control permanente sobre dichos flujos.

- Evaluar si las políticas de pago y de cobro son razonables y están acorde con las políticas económicas y financieras de la compañía.
- El flujo de caja permite establecer el índice de liquidez de la empresa y la estrecha relación entre los activos y pasivos tanto a corto como a largo plazo.

Cuadro 152. Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 2004	AÑO 2005	AÑO 2006	AÑO 2007	AÑO 2008
saldo inicial caja		18.849.293	82.004.942	114.275.192	159.418.710	256.603.620
Ingresos en efectivo						
Ventas contado	9.630.293	298.412.640	322.783.111	351.090.873	411.619.083	452.082.883
recursos propios	30.000.000					
Crédito						
TOTAL INGRESOS	39.630.293	317.261.933	404.788.053	465.366.065	571.037.793	708.686.503
Egresos						
equipo de oficina	3.932.000					
Maquinaria y equipo	6.450.000					
muebles y enseres	4.669.000					
Inversión diferida	5.730.000					
insumos		129.175.891	134.342.927	140.119.672	146.425.058	153.453.461
mano de obra directa		36.937.251	38.414.741	40.066.575	41.869.571	43.879.310
CIF		49.387.647	51.363.153	53.571.768	55.982.498	58.669.658
Depreciacion Acum.		1.505.100	1.505.100	1.505.100	1.505.100	1.505.100
amortización diferida		1.146.000	1.146.000	1.146.000	1.146.000	1.146.000
imporrenta			13.779.594	20.023.930	27.321.127	46.261.790
obligaciones			34.713.395	36.101.931	37.654.314	39.348.758
Gastos admon y ventas		39.284.597	40.855.981	42.612.788	44.530.364	46.667.821
(-) obligaciones laborales		-34.713.395	-36.101.931	-37.654.314	-39.348.758	-41.237.498
Gastos financieros		5.185.000	3.145.001	1.105.004	0	0
TOTAL EGRESOS	20.781.000	227.908.091	283.163.961	298.598.455	317.085.273	349.694.399
INGRESOS - EGRESOS	18.849.293	89.353.842	121.624.092	166.767.610	253.952.520	358.992.104
Mas depreciación		1.505.100	1.505.100	1.505.100	1.505.100	1.505.100
Ms amortización diferida		1.146.000	1.146.000	1.146.000	1.146.000	1.146.000
Menos abono a capital		10.000.000	10.000.000	10.000.000		
Total saldo final	18.849.293	82.004.942	114.275.192	159.418.710	256.603.620	361.643.204

El flujo de caja proyectado se realizó con base a los datos de costos y gastos, Para el caso de los gastos de administración y ventas y costos de producción se ha disminuido el valor de total de la carga prestacional.

5.5 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Cuadro 153. Estado de resultados proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
CONCEPTO	AÑO 2004	AÑO 2005	AÑO 2006	AÑO 2007	AÑO 2008
ventas	298.412.640	322.783.111	351.090.873	411.619.083	452.082.883
(-) costo de producción	217.005.889	225.625.921	235.263.116	245.782.227	257.507.529
mano de obra directa	36.937.251	38.414.741	40.066.575	41.869.571	43.879.310
Mano obra ind.	34.683.147	36.070.473	37.621.503	39.314.471	41.201.565
insumos	129.175.891	134.342.927	140.119.672	146.425.058	153.453.461
Depreciacion A.	1.505.100	1.505.100	1.505.100	1.505.100	1.505.100
CIF	14.704.500	15.292.680	15.950.265	16.668.027	17.468.092
Utilidad bruta en venta	81.406.751	97.157.190	115.827.757	165.836.856	194.575.354
(-) gastos operacionales	40.430.597	42.001.981	43.758.788	45.676.364	47.813.821
gastos admon y ventas	39.284.597	40.855.981	42.612.788	44.530.364	46.667.821
Amortizacion diferida	1.146.000	1.146.000	1.146.000	1.146.000	1.146.000
Utilidad operacional	40.976.154	55.155.210	72.068.969	120.160.493	146.761.533
menos g. Financieros	5.185.000	3.145.001	1.105.004	0	0
utilidad antes impto.	35.791.154	52.010.209	70.963.965	120.160.493	146.761.533
Imporrenta 38,5%	13.779.594	20.023.930	27.321.127	46.261.790	56.503.190
utilidad neta	22.011.560	31.986.278	43.642.839	73.898.703	90.258.343
margen utilidad neta	7%	10%	12%	18%	20%

5.7 BALANCE GENERAL PROYECTADO

Cuadro 154. Balance General proyectado.

RESTAURANTE INDUSTRIAL GIRONES					
BALANCE GENERAL					
A 31 DICIEMBRE DE 2004					
ACTIVO	2004	2005	2006	2007	2008
ACTIVO CORRIENTE					
Caja- bancos	82.004.942	114.275.192	159.418.710	256.603.620	361.643.204
TOTAL CORRIENTE	82.004.942	114.275.192	159.418.710	256.603.620	361.643.204
ACTIVO FIJO					
Maquinaria y equipo	6.450.000	6.450.000	6.450.000	6.450.000	6.450.000
Muebles y Enseres	4.669.000	4.669.000	4.669.000	4.669.000	4.669.000
Equipo de oficina	3.932.000	3.932.000	3.932.000	3.932.000	3.932.000
menos depreciación A.	-1.505.100	-3.010.200	-4.515.300	-6.020.400	-7.525.500
TOTAL FIJO	13.545.900	12.040.800	10.535.700	9.030.600	7.525.500
Activo diferido					
Activo diferido	4.584.000	3.438.000	2.292.000	1.146.000	0
TOTAL DIFERIDO	4.584.000	3.438.000	2.292.000	1.146.000	0
TOTAL ACTIVO	100.134.842	129.753.992	172.246.410	266.780.220	369.168.704
PASIVO					
PASIVO CORRIENTE					
Obligaciones laborales	34.713.395	36.101.931	37.654.314	39.348.757	41.237.498
obligaciones financieras	20.000.000	10.000.000	0		
Impuestos por pagar	13.779.594	20.023.930	27.321.127	46.261.790	56.503.190
TOTAL PASIVO CTE.	68.492.989	66.125.861	64.975.441	85.610.547	97.740.688
TOTAL PASIVO	68.492.989	66.125.861	64.975.441	85.610.547	97.740.688
PATRIMONIO	0				
Capital	9.630.293	9.630.293	9.630.293	9.630.293	9.630.293
utilidad del ejercicio	22.011.560	31.986.278	43.642.839	73.898.703	90.258.343
utilidades anteriores		22.011.560	53.997.837	97.640.677	171.539.380
TOTAL PATRIMONIO	31.641.853	63.628.131	107.270.969	181.169.673	271.428.016
PATRIMONIO MAS PASIVO	100.134.842	129.753.992	172.246.410	266.780.220	369.168.704
diferencias	0	0	0	0	0

6. EVALUACION DEL PROYECTO

6.1 IMPACTO SOCIAL

La economía tiene su fundamento en la búsqueda de alternativas para generar riqueza en el logro de condiciones plenas de calidad de vida.

El desarrollo humano significa el desarrollo de las personas, para las personas y por las personas como lo señala el programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. El desarrollo humano abarca no sólo los medios sino los fines últimos. Es importante no sólo la generación del crecimiento económico sino la distribución equitativa de las riquezas tanto de las necesidades básicas como el aspecto total de las aspiraciones humanas.

El restaurante Industrial Girones quiere participar en el desarrollo económico de la región en la generación de empleo desarrollando un modelo de administración en la cual el trabajador determine su sentido de pertenencia y compromiso con la compañía; proporcionando no sólo capacidad intelectual sino también social y espiritual fortaleciendo su diligencia profesional

La creación del Restaurante Industrial Gironés implica el desarrollo económico del sector, bienestar de todos los trabajadores y el despertar en miras de la competitividad de los establecimientos dedicados a la producción y comercialización de alimentos que según las encuestas realizadas a los oferentes funcionan hace más de 7 años de manera pasiva.

6.2 IMPACTO AMBIENTAL

Para realizar una evaluación ambiental se debe tener en cuenta los siguientes aspectos: Medio Físico, biótico, medio construido, uso del suelo elementos nacionales y culturales que conforman el patrimonio cultural, paisaje y áreas de riesgo.

Medio físico. Este aspecto se refiere los ruidos, calidad del aire, calidad de los recursos hídricos. En este caso el restaurante no será afectado por ninguno de éstos componentes.

Medio Biótico. Se refiere a la identificación, ubicación, distribución, diversidad y abundancia de especies de flora y fauna que componen los ecosistemas existentes, actualmente en la zona industrial de Chimitá existe variedad de aves pero no serán afectadas por la instalación y adecuación del proyecto.

Medio construido. Se refiere al equipamiento. Obras de infraestructura, Industrias, turismo, transporte. En la zona industrial como su nombre lo indica están posicionadas mas de 50 empresas de las cuales la mayoría se dedican a la industria. , La instalación de un restaurante allí permite ofrecer mejores alternativas de vida a todos los componentes humanos de dichas empresas. :

Uso de los elementos. Se refiere al uso del suelo, capacidades de uso y actitud del suelo. , Como se mencionó anteriormente por la adecuación e instalación de cualquier establecimiento ya sea industrial, comercial o de servicios se requiere la evaluación del uso del suelo por parte de m el departamento de planeación de Girón quien es el organismo que determina si es factible la instalación del restaurante en determinado lugar.

Uso del medio ambiente: este se refiere a la planificación territorial y las áreas de protección. Para iniciar las actividades el proyecto debe ser evaluado previamente por el cuerpo de bomberos. La Corporación para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB) y el departamento de planeación del municipio con el fin de identificar las anomalías en la reglamentación ambiental con la instalación del restaurante. Ellos en conjunto determinarán si el establecimiento requiere o no de equipos especiales para el desarrollo de su actividad.

Paisaje. El proyecto no afectará el paisaje del sector ya que esta diseñado para ofrecer un poco mas de belleza a las empresas industriales de su alrededor

Areas de riesgo: . Actualmente en la zona industrial existen áreas de riesgo por el recorrido del Río de oro que atraviesa las empresas en sentido sur norte. A pesar de las vallas de protección no deja de desbordarse cuando llueve y los más afectados son las empresas dedicadas al cuidado de cerdos. El departamento de planeación del municipio trabaja en conjunto con los habitantes de este sector en pro de mejorar la situación y brindar confianza y protección a la comunidad.

6.3 EVALUACION FINANCIERA

La evaluación financiera de este proyecto se determina a través de dos herramientas principales como son El Valor Presente Neto (V:P:N) y La Tasa Interna de Retorno (TIR).

6.3.1 V.P.N.

El V:P:N: es la diferencia entre los ingresos y los egresos expresados en moneda actual. También se entiende como la utilidad adicional que se recibe cuando se invierte en proyectos que le genera más de lo que le produce invertir al interés de oportunidad.

El valor presente neto se calcula a partir de los resultados obtenidos de año en año durante la vida útil del proyecto, teniendo en cuenta la inversión del año base y los flujos netos actualizados.

Se espera que el proyecto rinda un 24% E:A según la tasa de interés de oportunidad (Tasa de interés bancaria)

Si el VPN es > 0 se puede recomendar el proyecto.

Si el VPN es $= 0$ es indiferente.

Si el V:P:N es < 0 No es recomendable.

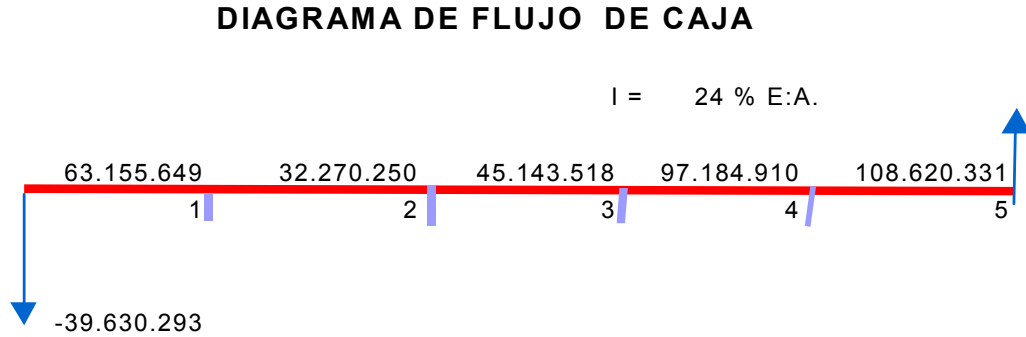
$$V:P:N: = V.F / (1+i)^n$$

$$V:F: = \text{Ingresos} - \text{Egresos}$$

Cuadro 155. Flujo de caja neto

FLUJO NETO DE CAJA						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL FLUJO CAJA		82.004.942	114.275.192	159.418.710	256.603.620	361.643.204
(-) Saldos iniciales	39.630.293	18.849.293	82.004.942	114.275.192	159.418.710	253.022.873
SALDOS NETOS	-39.630.293	63.155.649	32.270.250	45.143.518	97.184.910	108.620.331

Figura 52. Flujograma de caja



De acuerdo con estos datos, se determina el valor presente neto por medio de Excel. La inversión inicial de 39.630.293 se recupera y se obtienen \$134.124.184, lo que evidencia que el proyecto es atractivo y rentable.

6.3.2 Tasa Interna de retorno TIR. Es calcular en rendimiento sobre la inversión no recuperada a lo largo de los 5 periodos de vida útil del proyecto,

La tasa Interna de retorno representa el margen al que se recuperó la inversión durante los cinco años teniendo en cuenta el desembolso inicial de \$39.630.293 en efectivo y los saldos netos del flujo de efectivo

Con la función financiera de la computadora el valor de la tasa interna de retorno fue de:

TIR = 134.82%, este sería el rendimiento sobre la inversión no recuperada a lo largo de los cinco años de vida útil del proyecto. Por cada peso que invierta se obtendrá utilidades de \$134 por lo tanto se concluye

que el proyecto es rentable desde el punto de vista financiero y conveniente para su futura ejecución.

6.3.3 Periodo de recuperación. Es el tiempo en el cual se logra recuperar el total de la inversión dentro de la vida útil del proyecto

Cuadro 156. Periodo de recuperación

AÑOS	VALOR INVERSION	FLIJOS NETOS CAJA	VPN ACUMULADO
0	39.630.293		-39.630.293
1		63.155.648	23.525.355
2		32.270.250	55.795.605
3		45.143.518	100.939.123
4		97.184.910	198.124.033
5		108.620.331	306.744.364

En la tabulación anterior se muestra que la inversión inicial se recupera en el primer año.

6.3.4 Análisis de las razones financieras. La presentación del balance general y estado de resultados está sujeta a las normas de auditoría generalmente aceptadas. Las siguientes son las notas a los estados financieros.

Nota 1. El fondo de caja menor es de \$200.000 valor que hace parte del aporte de los recursos propios de la compañía.

Nota 2. Se ha realizado compras de materia prima presupuestada únicamente para el consumo del año. Por esta razón no aparecen en el balance valores en la cuenta de inventarios.

Nota 3. La depreciación se lleva a cabo por el método de línea recta de acuerdo a la vida útil de los activos fijos totales.

Nota 4. La empresa cuenta con unas obligaciones financieras a largo plazo, algunos costos y gastos se causaron; en el rubro de pasivos quedaron pendientes por cancelar el impuesto de renta y las obligaciones laborales que se cancelaran en el año inmediatamente siguiente de enero a marzo de 2005.

Cálculo de las razones financieras. El análisis de razones financieras o indicadores señala los puntos fuertes y débiles de una empresa o negocio e indica probabilidades y tendencias.

En este análisis se tendrá en cuenta los bloques de liquidez, endeudamiento. Actividad y rentabilidad.

Cuadro 157. Razones financieras.

RAZONES FINANCIERAS						
RAZONES	FORMULA	PERIODOS				
		año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
LIQUIDEZ	Activos corrientes/pasivos corrientes	1,46%	1,96%	2,65%	10,49%	3,77%
ENDEUDAMIENTO	Pasivos totales/Activos totales	68,40%	50,96%	37,72%	32,09%	26,47%
- Pasivo - capital	Pasivos totales /patrimonio	2,16%	1,03%	60,70%	47,25%	26,47%
ACTIVIDAD	Ventas totales/activos totales	2,16%	2,51%	2,35%	1,88%	1,69%

Bloque de Liquidez. Ésta mide la capacidad de la empresa de generar recursos para atender sus compromisos corrientes o a corto plazo tanto operativos como financieros. En el año 1 el resultado indica que por cada

peso que la compañía deba a corto plazo ésta tendrá 1.46 pesos para respaldarla. En el año 2 % 1.96, el tercer periodo \$2.66, cuarto periodo \$10.49 y el quinto periodo \$3.77, también se debe tener en cuenta que en el quinto este indicador determinó una relación 3:1 de aumento lo que quiere decir que sus activos corrientes se transformaron en efectivo, solamente a partir del último periodo se puede decir que esta firma tiene un buen respaldo financiero.

Endeudamiento. Se entiende como aquella actividad en la cual la organización usa dineros suministrados por terceros con fines de financiarse y producir más utilidades; en otras palabras es el porcentaje de participación de los acreedores dentro de la empresa. En el primer año es el 68.40% esto quiere decir que por cada \$1 que la empresa tenga invertido en activos 68.40 centavos han sido financiados por los acreedores, como se muestra en la tabulación este relación disminuye cada año hasta alcanzar los \$26 centavos en el año quinto; En otras palabras en el primer año los accionistas son dueños de lo restante 31.60% hasta llegar al 73.53 en el quinto año. esto significa un nivel excelente de endeudamiento ya que sobrepasa el 50% de lo ideal.

Pasivo- capital. Este índice indica que solamente se tiene una deuda del 2% para el primer periodo, por el momento el patrimonio puede cubrir la deuda existente.

Bloque de Actividad. También es denominado de rotación, mide la efectividad con que la empresa esta usando sus recursos. La efectividad se mide por la generación de la liquidez de ciertas cuentas específicas con fines de pagar las obligaciones a medida que lleguen los vencimientos.

Esto indica que por cada peso que se invierta en activos se generaran unas ventas por este caso en el periodo 1 se generaran unas ventas de \$2,16; también se puede interpretar que por cada peso que se invierta en los activos éstos rotan 2 veces en el primer periodo, 2.5 veces en el año 2, en el año 4 y 5 1 vez

Bloque de rentabilidad: Indica el control sobre los costos y gastos y mantener las ventas en utilidades

Cuadro 157. Razones financieras

RAZONES FINANCIERAS						
RENTABILIDAD	FORMULA	PERIODOS				
		año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Margen de ganancias	utilidad bruta/ventas netas	27,27%	30,09%	32,98%	40,28%	43,03%
Margen de operacion	utilidad operacional/ventas netas	13,73%	17,00%	20,52%	29,19%	32,46%
Margen neto ganacia	Utilidad neta/ventas netas	7,00%	10,00%	12,00%	18,00%	20,00%

- **Margen bruto de ganancia.** Este índice indica que para cada peso que la empresa venda generará una utilidad bruta de \$1 centavo para el primero periodo, al año 2 de \$2; alcanzando a \$5 al quinto año.
- **Margen de operación.** Significa que por cada peso vendido la ganancia operacional será de \$13 centavos, hasta alcanzar \$32 en el quinto periodo. El margen operacional tiene gran importancia dentro del estudio de rentabilidad dentro de una empresa puesto que indica si el negocio es o no lucrativo, en si mismo, independiente de la forma como haya sido financiado; Por esta razón en este calculo no se tuvieron en cuenta los gastos de administración y ventas y los gastos financieros, ya que la empresa puede operar sin ellos, no son necesarios para sus desarrollar sus actividades.

- **Margen neto de ganancias.** Esta razón muestra un margen aceptable después de haber realizado todas las erogaciones sobre las ventas. Para el primer año la ganancia es del 7% lo que demuestra que por cada peso vendido la empresa tiene una ganancia de \$7. centavos hasta lograr \$20 centavos en el quinto año. A medida que suben las ventas y bajan los gastos financieros se aumenta el índice de ganancias logrando el 20% en el quinto año.

SISTEMA DUPONT. Este sistema relaciona los índices de indicadores de actividad con los indicadores de rendimiento para tratar de establecer si el rendimiento de la inversión proviene de la eficiencia en el uso de los recursos para producir ventas o del margen neto de utilidad que generan las dichas ventas. Es el índice de eficiencia financiera.

$$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activo total}} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas totales}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo total}}$$

$$\frac{22.011.560}{298.412.640} \times \frac{298.412.640}{100.134.842} = 7.37\% \times 2,98 \text{ veces} = 21.96\%$$

Lo anterior indica que la rentabilidad de la inversión proviene de la utilidad que deja la rotación del activo(2,98) y no tanto de las ventas; Por otro lado La ganancia financiera de esta empresa esta en el 21.96%, lo que significa que tiene un nivel de endeudamiento alto, esto se demuestra en que en el mismo año recupera el total de la inversión, es aquí donde se demuestra su solidez

CONCLUSIONES

El desarrollo de este informe es una práctica de los todos los conocimientos adquiridos en donde se refleja que una oportunidad de negocio inicia solamente con una idea.

Esta investigación se realizó mediante el análisis de una serie de estudios que implica la puesta en marcha de una empresa teniendo en cuenta los parámetros y estrategias y leyes para su funcionamiento.

Lo anterior se describió en diferentes capítulos, como son: Estudio de mercados, técnico, administrativo, financiero, ambiental, social, por ultimo la evaluación financiera que determinará si el proyecto es viable o no.

El estudio de mercados se basó en importantes instrumentos de medición como la encuesta para determinar el alto grado de insatisfacción de la población con respecto al servicio que actualmente se les ofrece; También se determinó que en una universo de 3.886 personas que trabajan en este sector 581, laboran en un turno, 1109 en dos turnos y 2.196 en tres turnos.

Se realizó además un análisis completo de la competencia deducción de la encuesta realizada a 10 propietarios de casetas que ofrecen el servicio de restaurante y cafetería, en la cual se determina los gustos, preferencias y expectativas que fueron de gran importancia para determinar el número de almuerzos y servicios de cafetería a producir y la especialidad más representativa.

En la parte técnica se definió que la ubicación óptima del proyecto será en el local ubicado en la entrada principal de la empresa Saceites S.A y sus actividades se iniciaran con un recurso humano de 11 personas para una capacidad de producción de 200 almuerzos diarios logrando satisfacer el 99% de la demanda insatisfecha con respecto al servicio prestado actualmente. Se iniciara con el 66% de la capacidad total d instalada, incrementando de año en año su producción de acuerdo al incremento de la economía que en el primer año fue de 3.7% y para el año 5 será de 4.8%.

Aquí también se estudian los recursos físicos y logísticos con que contará el restaurante, como también se identificaron los posibles proveedores de acuerdo al análisis de capacidad y endeudamiento y la situación comercial de cada uno. Además se definieron las estrategias de promoción y publicidad tanto de lanzamiento como de operación.

En el estudio administrativo se determinó las funciones de cada uno de los cargos y los procedimientos a seguir, también se identificó la misión, visión. Políticas y demás componentes que se deben tener en cuenta no solo como identidad comercial sino también el nivel de liderazgo dentro de dicho sector.

En el aspecto legal se contemplaron algunas leyes y normas para la constitución como empresa unipersonal, regida bajo los códigos de comercio, código laboral, contable y tributario, normas básicas del medio ambiente, legislación para la manipulación de alimentos y otras.

La proyección de ingresos y egresos se realizó con base en índices de incremento de la economía que para el año 1 fueron del 3.7% año 2 4%, año 3 4.3% año 4 4.5%, año 5 con el 4.8% datos tomados por el diario

económico Portafolio. Así mismo en dicha proyección se tuvo en cuenta el aumento tanto de precios de venta unitarios como de producción en este mismo índice.

Es importante resaltar que los precios de venta unitarios por cada almuerzo tanto del servicio de restaurante como de cafetería se encuentran entre los mismos intervalos que los precios que la demanda puede cancelar.

Para la ubicación y localización del proyecto se debe tener en cuenta las leyes del Plan de ordenamiento territorial (POT) del municipio de Girón y las normas ambientales vigentes expedidas por la CDMB y El INVIMA que determinaron que el sitio donde se ubicará el proyecto es viable siempre y cuando sus gestores inicien capacitación de manejo de residuos, manejo de alimentos en descomposición, mantenimiento de equipos para el funcionamiento como extintores, cableado, redes internas de agua, luz y gas, También enfatizar los conocimientos en los nuevos sistemas de control de calidad como HCCP. B..P.M, control sanitario, control de higiene de higiene corporal y dotación y manipulación de alimentos.

El estudio financiero determina que para la puesta en marcha del restaurante y su solvencia durante un mes se necesitan \$39.630.293, que fueron recuperables en el primer año de actividades, se cuantificaron los recursos, físicos, humanos y logísticos, lo cual determina que los costos de producción son altos ya que representan el 82\$ de los costos totales de la compañía. Sin embargo su margen de ganancia neta es del 7% durante el año 1 alcanzando el 20% en el quinto periodo. Además que \$39.630.293 de inversión inicial relacionados con el año 0 equivalen \$134.124.184 con una tasa interna de retorno TIR del 134.04%.

RECOMENDACIONES

Las siguientes son las recomendaciones para aportar a la organización y una excelente administración de producción financiera y comercial, con el fin de obtener crecimiento competitivo y rendimiento financiero.

- Estar a la vanguardia de todos los temas relacionados con alimentos ya que de estos dependen la creatividad en su elaboración y la satisfacción del cliente.
- Una adecuada segregación y delegación de funciones con el fin de establecer estrategias y parámetros aptos para el buen funcionamiento de todas las áreas de la compañía.
- La elaboración de actas en los grupos naturales para tener la certeza que todos sus integrantes se enteraron de los temas tratados.
- La realización de auditorias al manejo del efectivo y los inventarios de activos e insumos para prever la desviación de los mismos e irregularidades en el manejo de los sistemas contables.
- Invertir en todos los colaboradores de la compañía la motivación y el buen desempeño mediante incentivos monetarios y de excelentes relaciones laborales.
- Elaborar y cuantificar índices de gestión tanto de desempeño como de satisfacción, basados en el servicio y atención de los clientes internos y externos.

- Cuantificar las fortalezas y debilidades, amenazas y oportunidades de la organización mediante la cuantificación diaria de conformidades e inconformidades con el fin de evaluar el trabajo realizado mejorando cada día.

- Se sugiere diseñar un programa publicitario agresivo y dinámico que ayude a fortalecer el rubro de ingresos. Y utilidades de la compañía.

- Se recomienda incluir dentro de la nomina de todo establecimiento de alimentos personal especializado en nutrición; con el fin de evaluar el grado de componentes y nutrientes que debe consumir los usuarios teniendo en cuenta su estado de salud y nivel físico.

BIBLIOGRAFÍA

ARIAS Hurtado Nidia E. La Administración en la Empresa Educativa. Universidad Pontificia Bolivariana, 1989.

ARMSTRONG, Michael. Gerencia de Recursos Humanos. Integrando el personal y la empresa. Serie Empresarial Editorial. 1990.

BERRY, Leonard . ¡Un buen servicio ya no basta!. Cuatro principios del servicio excepcional al cliente. Bogotá 1989

BONTA, Patricio y Farber Mario. 199 preguntas del Marketing y publicidad. Bogotá, 2002

BRIAN, Cooper; BRIAN, Floody; McNEILL, Gina. Cómo iniciar y administrar un restaurante. Bogotá 1990.

CASIO F. Wayne. Productividad del recurso humano. Bogotá, 1993.

CASTAÑO, Ramón Abel. Ideas económicas mínimas. Bogotá Ecoe. 1993.

CHAMPA, Dian. Liderazgo Industrial. Bogotá, 1990.

COLEMAN, Daniel. La inteligencia emocional en la empresa. Bogotá, 2000.

GUDIÑO. Coral, Contabilidad 2000 Segunda edición Editorial Mac Graw Hill. Bogotá, 1996

LINCOYAN, Portus Govinden, Curso práctico de Estadística. Bogotá. 1997.

MARCONI, Joe. Estrategias del Marketing para momentos de crisis. Bogotá 1992.

MENDEZ, Carlos. Metodología de la Investigación. Bogotá 2001.

MERCADO, Salvador. Planeación y administración de ventas. Thonson Learning, 2002.

MIRANDA, Miranda Juan José, Gestión de proyectos. Bogotá, 2002.

ORTEGA, Torres Jorge compliador. Código de comercio, Bogotá, 1982. 922p.

REINARES, Lara y Calvo Fernández Sergio. Gestión de la comunicación. Bogotá, 2001.

ROBINS, Stephen P. Comportamiento Organizacional, Teoría y Práctica. Enciclopedia educativa OCEANO, Bogotá 2001.

KOTLER, Philips. Fundamentos de Mercadotecnia, México 1998.

VARGAS, Mantilla Jorge Enrique. Preparador y evaluador de proyectos de inversión Bucaramanga. Universidad Industrial de Santander, 2002

Páginas de Internet

Disponible en Internet: www.cliente.com

Disponible en Internet: www.restaurantes.com

Disponible en Internet: [W.W.W. mercadoglobal.comwww.](http://W.W.W.mercadoglobal.comwww)

Disponible en Internet: [w.w.w.alimentación sana.com.org](http://w.w.w.alimentación.sana.com.org)

Disponibl en Internet: www.finanzas.es. mx

Disponible en Intenet: WWW.dietaynutrición.arg.

Disponible en Internet www.cocinainternal.com.co

Disponible en Internet: [www.comidatipicacolombiana.gov. co](http://www.comidatipicacolombiana.gov.co)

Disponible en Internet: www.camaradirecta.com

Disponible en Internet: www.dane.gov.co

ANEXOS

Coma bien



¡Viva feliz!

RIG

CALIDAD Y EXCELENCIA EN SERVICIO



***Kilometro 1 vía Chimitá zona Industrial Girón Santander
fax 676 25 93
CALL CENTER 676 08 00***

Anexo B. <menú diario de almuerzos corrientes

DIA	MENU
LUNES	<p>Seco: Ensalada verduras Pollo frito Arroz con Zanahoria Maduro mixto</p> <p>Sopa: Lentejas</p> <p>Bebida: Jugo de maracuyá</p> <p>Postre: Dulce de papaya</p>
MARTES	<p>Seco: Ensalada remolacha Albondigas Arroz blanco Tajadas yuca frita</p> <p>Sopa: Arvejas</p> <p>Bebida: Jugo de mandarina</p> <p>Postre: Dulce de vainilla</p>
MIERCOLES	<p>Seco: Ensalada imperial Pollo s udado Arroz gralinado Papa al vapor</p> <p>Sopa: crema de apio</p> <p>Bebida: Jugo de tomate de árbol</p> <p>Postre: Cuajada con melao</p>
JUEVES	<p>Seco: Aguacate Carne molida Arroz blanco Patacón</p> <p>Sopa: verduras</p> <p>Bebida: Jugo de guayaba</p> <p>Postre: Dulce de breva</p>
VIERNES	<p>Seco: Ensalada cebolla tomate Lengua en salsa Arroz con perejil Papas chorreadas</p> <p>Sopa: Avena</p> <p>Bebida: Jugo de papaya</p> <p>Postre: Esponjado de limón</p>
SABADO	<p>Seco: Ensalada mista Carne frita Papas a la francesa</p> <p>Sopa: fideos</p> <p>Bebida: Jugo de lulo</p> <p>Postre: musg de limón</p>

Anexo C Menú diario de almuerzos a la carta

DIA	MENU
LUNES	<p>Seco: Arroz blanco Rodajas de yuca frita</p> <p>Sopa: Mute</p> <p>Bebida: Jugo de lulo</p> <p>Postre: Dulce de manzana</p>
MARTES	<p>Seco: Ensalada de verduras Plátano mixto frito</p> <p>Sopa: Caldo con pollo</p> <p>Bebida: Jugo de mandarina</p> <p>Postre: Dulce de pera</p>
MIERCOLES	<p>Seco: arroz con pollo Papas a la francesa Ensalada miixta</p> <p>Sopa: Consomé</p> <p>Bebida: Jugo de limón</p> <p>Postre: dulce de piña</p>
JUEVES	<p>Seco: Chatas Yuca frita Ensalada repollo</p> <p>Bebida: Jugo de tomate de árbol</p> <p>Postre: Dulce de banano</p>
VIERNES	<p>Seco: Pescado frito Papas a la francesa Ensalada rusa</p> <p>Sopa: crema de cebolla</p> <p>Bebida: Jugo de piña</p> <p>Postre: nativa</p>
SABADO	<p>Seco: pechuga a la plancha Rodajas de plátano Yuca frita</p> <p>Sopa: arroz</p> <p>Bebida: Jugo de papaya</p> <p>Postre: Gelatina y galleta</p>

Anexo D.

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE EDUCACION A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL

ENCUESTA DIRIGIDA A EMPLEADOS DE LAS EMPRESAS
UBICADAS EN LA ZONA INDUSTRIAL DE CHIMITA EN EL MUNICIPIO
DE GIRON

Soy estudiante de la UIS y solicito su colaboración para contestar esta Encuesta cuyo título es la factibilidad para la creación de un Restaurante Casino en la zona Industrial de Chimitá en el municipio de Girón
Empresa donde labora

1. A la hora del almuerzo Usted

Se desplaza a su casa _____ trae el almuerzo en lonchera _____

Allmuerza en algún establecimiento cercano a su sitio de trabajo _____ Cuál? _____

Otra opción _____ Cuál? _____ Por qué _____

2. Si almuerza en un establecimiento cercano como evalúa el servicio

Excelente _____ Bueno _____ Regular _____ Malo _____

3 Si se montara un restaurante casino en la zona industrial de Chimitá con las condiciones de calidad adecuadas y el precio que usted exige, preferiría este servicio?

Sí _____ No _____ Por que? _____

4. ¿Cuáles son los componentes en los alimentos que más consume a la hora del almuerzo?

Carnes _____ lácteos _____ Verduras _____ leguminosas _____ Tubérculos _____ Frutas _____

Otro _____ Cuál? _____

5. ¿Cuál sería su almuerzo preferido?

Almuerzo corriente media porción _____ Almuerzo corriente normal _____ Almuerzo a la carta _____

6. Cual es el precio que Usted estaría dispuesto a pagar por:

Almuerzo corriente media porción \$0 a 1.500 _____ \$1.501 a 2.000 _____ \$2.001 a 2.500 _____

Almuerzo corriente normal \$2.200 a 2.500 _____ \$2.501 a 3.000 _____ \$ 3.001 a 3.500 _____

Almuerzo a la carta \$3.501 a 4.000 _____ \$4.001 a 4.500 _____ \$4.501 a 5.000 _____

7 ¿Con qué frecuencia utilizaría el servicio de restaurante para almorzar?

Diario _____ día por medio _____ semanal _____ Quincenal _____ Mensual _____

Otro _____ Cual? _____

8 ¿En qué tipo de implementos y utensilios le gustaría recibir el almuerzo?

Platos de loza _____ platos desechables _____ Platos de pasta _____
Vasijas de barro _____ tablas de madera _____ desechables _____
Vasos de vidrio _____ vasos de pasta _____ vasos desechables _____
Utensilios en pasta _____ en acero _____ Desechables _____
Otro _____Cuál? _____ Por que? _____

9. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que existiera en el restaurante?

Servicio de teléfono _____ Juegos de máquina _____ Juegos de mesa _____
Servicio de televisión _____ Servicio a domicilio _____ Cafetería _____
Otro _____Cuál? _____

10. En qué empaque le gustaría recibir el almuerzo a domicilio

Embalaje en icopor _____ Cartón y papel _____ loza _____
Otro _____Cuál? _____

11 ¿Cuáles son los alimentos del servicio de cafetería que más consume?

Empanadas _____ Buñuelos _____ Sándwichs _____ Almojabanas _____
pizza _____ Pandeyucas _____ pan _____ hamburguesas _____
Otro _____Cuál? _____

Y de bebida acompañante Cual?

Gaseosa _____ Jugos naturales _____ Agua _____ Avena _____ malteadas _____
Kumis _____ Yoghurt _____ Café en leche _____ Tinto _____ Aromática _____
Oro? _____Cuál? _____

12. ¿Con qué frecuencia utilizaría el servicio de cafetería?

Diario _____ día por medio _____ semanal _____ Quincenal _____ Mensual _____
Otro _____Cuál? _____

13. ¿En qué horario de atención le gustaría recibir los servicios

Lunes a Sábado de 6:00 a.m. A 3:00 p.m. _____ Lunes a Sábado de 8:00 a.m. A 5:00 p.m. _____
Lunes a sábado de 7:00 a.m. A 6:00 p.m. _____ Otro horario _____Cuál? _____

14.Cuál sería su presupuesto para el servicio de cafetería?

\$500 s 1.000 _____ \$1.001 a 1.300 _____ \$ 1.301 a 1.600 _____

15. ¿En su empresa hay fondos de empleados?

SI _____ NO _____ ¿Cuál es el nombre? _____

16. ¿Le conviene que se le descuente por nómina quincenalmente el valor del servicio de restaurante?

SI _____ NO _____ Porqué _____

Anexo E.



UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE EDUCACION A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL

ENCUESTA DIRIGIDA A EMPRESAS QUE OFRECEN SERVICIO DE
ALIMENTACION UBICADAS EN LA ZONA INDUSTRIAL DE CHIMITA EN
EL MUNICIPIO DE GIRON

Soy estudiante de la UIS y solicito su colaboración para contestar esta Encuesta cuyo título es la factibilidad para la creación de un Restaurante Casino en la zona Industrial de Chimitá en el municipio de Girón

Soy estudiante de la UIS y solicito su colaboración para contestar esta encuesta con el fin de evaluar el servicio de alimentación que se ofrece actualmente a los habitantes trabajadores y pobladores de la región

Clase de negocio _____

1. Cuanto tiempo hace que tiene su negocio en este lugar

0 a 3 años _____ 3 a 5 años _____ 5 a 7 años _____ 7 a 10 años _____ mas _____

2. Cuantos empleados tiene laborando

0 a 3 personas _____ 3 a 5 personas _____ 5 a 10 personas _____ otro _____ cuantos _____

3. Cual es su horario de atención

Lunes a Sábado de 5:00 a.m. A 3:00 p.m. _____ Lunes a domingo de 5:00 a.m. A 5:00 p.m. _____
Lunes a domingo de 5:00 a.m. A 6:00 p.m. _____ Otro _____

4. Que clase de servicios de alimentación ofrece?

Desayunos _____ almuerzos _____ comidas _____ cafetería _____ otros _____
Cuales _____

5 De los clientes que lo visitan diariamente la mayoría son? (exprese en %)

Empleados _____ Transportadores _____ Ejecutivos _____ visitantes _____

6. Cuál es el promedio diario de ventas en cada clase de almuerzo?

Corriente media porción _____ corriente normal _____ a la carta _____ Ejecutivo _____

7. Cuál es el precio que Usted ofrece a sus clientes por cada servicio?

Almuerzo corriente media porción \$0 a 1.500 _____ \$1.501 a 2.000 _____ \$2.001 a 2.500 _____
Almuerzo corriente normal \$2.200 a 2.500 _____ \$2.501 a 3.000 _____ \$3.001 a 3.500 _____
Almuerzo a la carta \$3.501 a 4.000 _____ \$4.001 a 4.500 _____ \$4.501 a 5.000 _____

8. Cuáles son los componentes en los alimentos que más utiliza en la preparación de los almuerzos?

Carnes _____ lácteos _____ Verduras _____ leguminosas _____ Tubérculos _____ Frutas _____
Otro _____ Cuál? _____

9. ¿Qué tipo de implementos y utensilios utiliza para ofrecer su servicio?

Platos de loza _____ platos desechables _____ Platos de pasta _____
Vasijas de barro _____ tablas de madera _____ desechables _____
Vasos de vidrio _____ vasos de pasta _____ vasos desechables _____
Utensilios en pasta _____ en acero _____ Desechables _____
Otro _____ Cuál? _____ Por que? _____

10. ¿Qué servicios adicionales ofrece en su establecimiento?

Servicio de teléfono _____ Juegos de máquina _____ Juegos de mesa _____
Servicio de televisión _____ Servicio a domicilio _____ Cafetería _____
Otro _____ Cuál? _____

11. En qué empaque ofrece el servicio de almuerzos a domicilio

Embalaje en icopor _____ Cartón y papel _____ loza _____
Otro _____ Cuál? _____

12. ¿Cuáles son los alimentos de cafetería que más vende y cual es su promedio diario?

Empanadas _____ Buñuelos _____ Sándwichs _____ Almojabanas _____
pizza _____ Pandeyucas _____ pan _____ hamburguesas _____
Otro _____ Cuál? _____

Y de bebida acompañante Cual?

Gaseosa _____ Jugos naturales _____ Agua _____ Avena _____ malteadas _____
Kumis _____ Yoghurt _____ Café en leche _____ Tinto _____ Aromática _____
Oro? _____ Cuál? _____

13. Cuál es la modalidad de pago de sus clientes?

Contado _____ Crédito _____ Convenios con empresas _____

14. ¿Tiene en su negocio buzón de sugerencias?

SI _____ NO _____ Porque _____

15. Sus clientes como evalúan el servicio?

Excelente _____ bueno _____ Regular _____ No lo han evaluado _____

16. Su negocio cumple con todas las normas de calidad

Si _____ No _____ Porque _____

17. Tiene su establecimiento registrado ante entidades gubernamentales

Si _____ No _____ Porque _____

Muchas gracias

ANEXO F. Formato de análisis de proveedores

<p>RESTAURANTE INDUSTRIAL GIRONES</p> <p>RIG</p> <p><i>CALIDAD Y EXCELENCIA EN SERVICIO</i></p>		<p>Coma bien</p>  <p>¡Viva feliz!</p>	
ANALISIS DE PROVEEDORES		NUMERO	
NOMBRE DE PROVEEDOR	DISTRICOMER S.A FAX 6750044 - 6484748-6750555-6484870-6484700		
TIPO DE NEGOCIO	Tienda	Supermercado	Bodega
Información general	Razón social o propietaria.		
	Nombre del establecimiento.		
	Nit	Contacto	
Referencias Comerciales	compañía	Antigüedad	Direccin-telefono
Referencias Bancarias	Entidad	Antigüedad	Numero de cuenta
Verificación Referencias clientes	Empresa	Antigüedad	Dirección-teléfono
OBSERVACIONES			
ELABORADO	REVISADO	APROBADO	
<p><i>Kilometro 1 vía Chimitá zona Industrial Girón Santander</i></p> <p><i>fax 676 25 93</i></p> <p><i>CALL CENTER 676 08 00</i></p>			

FOR-GER-LOG.-001

ANEXO G. Solicitud de pedidos a proveedores

RESTAURANTE INDUSTRIAL GIRONES		Coma bien	
			
CALIDAD Y EXCELENCIA EN SERVICIO		¡Viva feliz!	
ORDEN DE PEDIDO A PROVEEDOR		NUMERO	
PARA	DISTRICOMER S.A FAX 6750044 - 6484748-6750555-6484870-6484700 Sr. JULIAN IMENEZ VILLAMIZAR		
DE	COORDINADOR LOGISTICO		
REF	ORDEN DE PEDIDO A PROVEEDORES		
FECHA	22 DE JUNIO DE 2004		
ESTIMADOS SEÑORES: ME PERMITO SOLICITAR EL DESPACHO DEL SIGUIENTE PEDIDO			
CODIGO	DESCRIPCION PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNIT.
* OBSERVACIONES: NUMERO FACTURA _____			
ELABORADO	REVISADO	APROBADO	
<i>Kilometro 1 vía Chimitá zona Industrial Girón Santander fax 676 25 93 CALL CENTER 676 08 00</i>			

FOR-GER-LOG.-002

RESTARUATNE INDUSTRIAL GIRONES

RIG

CALIDAD Y EXCELENCIA EN SERVICIO

Coma bien



¡Viva feliz!

Menu del dia

ALMUERZO CORRIENTE

ALMUERZO A LA CARTA

BEBIDAS

kilometro 1 vía Chimitá zona industrial Teléfono 676 08 00 **Girón- Santander**

ANEXO L. Formato de minuta

RESTAURANTE		INDUSTRIAL		Coma bien
RIG				
<i>CALIDAD Y EXCELENCIA EN SERVICIO</i>				¡Viva feliz!
ORDEN DE PEDIDO		MESA NUMERO		
CODIGO	DESCRIPCION PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	
ALMUERZO CORRIENTE				
ALMUERZO A LA CARTA				
CAFETERIA				
OTROS				
* OBSERVACIONES:				
ELABORADO	REVISADO	APROBADO		

FOR-GER-VCC.-001

ANEXO M. Formato de planilla de satisfacción y entrega

RESTAURANTE INDUSTRIAL GIRONES										Coma bien				
														
PLANILLA DE SATISFACCION Y ENTREGA SERVICIO A DOMICILIO										NUMERO				
FECHA DE SOLCITUD														
NOMBRE DE CLIENTE				Pedido completo			Atención			Presentación			Conforme	
				SÍ	NO	E	B	M	E	B	M	SÍ	NO	
1.														
2.														
3.														
4.														
5.														
9.														
10.														
<p style="text-align: center;">Nota. Con su evaluación le ofreceremos un mejor servicio. EXCLUSIVO PARA EL RESTAYRUANTE</p>														
Acciones a seguir														
1.														
2.														
3.														
ELABORADO				REVISADO				APROBADO						
<p style="text-align: center;">Kilometro 1 vía Chimitá zona Industrial Girón Santander fax 676 25 93</p> <p style="text-align: center;">CALL CENTER 676 08 00</p>														

FOR-GER-CC.-002

