

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN ESTABLECIMIENTO DE
COMIDA RÁPIDA CON ESPACIO PARA LA RECREACIÓN INFANTIL EN
LA CIUDAD DE BUCARAMANGA**

EDILMA JANNETH GARCÍA BURGOS

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2006**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN ESTABLECIMIENTO DE
CÓMIDA RÁPIDA CON ESPACIO PARA LA RECREACIÓN INFANTIL EN
LA CIUDAD DE BUCARAMANGA**

EDILMA JANNETH GARCÍA BURGOS

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

**Director
Lilia Isabel Valbuena
Ingeniera Industrial**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2006**

DEDICATORIA

A Dios quien me ha dado la fuerza, la sabiduría para
seguir adelante y lograr este triunfo
que más que mío es tuyo.

A mis padres Alfredo e Inés por darme la vida, los valores
y la fortaleza para luchar por lo que se quiere.

A mis hermanos Carlos y Yesenia por su apoyo, ánimo y comprensión;
gracias por estar siempre a mi lado.

Con todo mi corazón

Janneth

AGRADECIMIENTOS

La autora expresa su agradecimiento:

A la Universidad Industrial de Santander, sus directivos, profesores y asesores, por todo el saber que nos han brindado durante nuestra formación profesional.

A la ingeniera Margarita Rodríguez por su colaboración y apoyo.

A la ingeniera Lilia Isabel Valbuena por la dirección del proyecto.

A todas las empresas que facilitaron la información requerida para la elaboración del documento.

Mil gracias.

La autora

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
1. GENERALIDADES	3
1.1 PANORAMA GENERAL DEL SECTOR	4
1.1.1 Origen	4
1.1.2 Evolución del sector	14
1.1.3 Tendencias del sector	15
1.1.4 Las comidas rápidas en Colombia	17
1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA	19
1.2.1 Localización	19
1.2.2 Límites	19
1.3 MARCO LEGAL	22
2. ESTUDIO DE MERCADOS	28
2.1 OBJETIVOS	28
2.1.1 General	28
2.1.2 Específicos	28
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	29
2.2.1 Definición, usos y especificaciones del servicio	29
2.2.2 Productos sustitutos	30
2.2.3 Productos y/o servicios complementarios	31
2.2.4 Atributos diferenciadores del servicio	31
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	31
2.3.1 Mercado potencial	31
2.3.2 Mercado objetivo	32
2.4 LA DEMANDA	34

2.4.1 Investigación de mercados	34
2.4.2 Estimación de la demanda	59
2.4.3 Evolución histórica de la demanda servicio	64
2.4.4 Proyección de la demanda	66
2.5 LA OFERTA	68
2.5.1 Necesidades de información	68
2.5.2 Ficha técnica	69
2.5.3 Tabulación y presentación de resultados de la oferta	69
2.5.4 Análisis de la situación actual de la competencia	73
2.5.5 Proyección de la oferta	73
2.6 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA	75
2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	75
2.7.1 Estructura de los canales de comercialización	75
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales	76
2.7.3 Selección de los canales de comercialización	77
2.8 PRECIO	78
2.8.1 Análisis de precios	78
2.8.2 Estrategias de fijación de precios	79
2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	80
2.9.1 Objetivos	80
2.9.2 Logotipo	80
2.9.3 Lema	81
2.9.4 Análisis de medios	81
2.9.5 Selección de medios	81
2.9.6 Estrategias publicitarias	82
2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción	83
2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	84
3. ESTUDIO TÉCNICO	86
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	86
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto	86

3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto	86
3.1.3 Capacidad del proyecto	88
3.2 LOCALIZACIÓN	91
3.2.1 Macrolocalización	91
3.2.2 Microlocalización	92
3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO	95
3.3.1 Ficha técnica del proceso	95
3.3.2 Descripción del servicio	97
3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento	99
3.3.4 Control de calidad	111
3.3.5 Recursos	116
3.3.6 Estudio de proveedores	123
3.3.7 Distribución de planta	124
3.3.8 Logística de distribución	128
3.4 CONCLUSIONES VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO	128
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	130
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN	130
4.1.1 Procedimiento para la constitución	130
4.1.2 Procedimiento para el funcionamiento	132
4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	136
4.2.1 Visión	136
4.2.2 Misión	136
4.2.3 Objetivos	136
4.2.4 Políticas	137
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	140
4.3.1 Organigrama	140
4.3.2 Descripción y perfil de cargos	140
4.3.3 Asignación salarial	149
5. ESTUDIO FINANCIERO	155
5.1 INVERSIONES	155

5.1.1 Inversión fija	155
5.1.2 Inversión diferida	159
5.1.3 Inversión de capital de trabajo	160
5.1.4 Inversión total	229
5.1.5 Fuentes de financiación	229
5.2 COSTOS	229
5.2.1 Costos fijos	229
5.2.2 Costos variables	230
5.2.3 Costos totales	231
5.2.4 Precio de venta	232
5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	233
5.3.1 Egresos proyectados	233
5.3.2 Ingresos proyectados	234
5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	237
5.5 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	241
5.6 FLUJO DE CAJA PROYECTADO	241
5.7 BALANCE GENERAL PROYECTADO	242
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	246
6.1 IMPACTO SOCIAL	246
6.1.1 El precio	247
6.1.2 Los productos sustitutos	247
6.1.3 El desempleo	248
6.1.4 La inflación interna y externa	248
6.2 IMPACTO AMBIENTAL	249
6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA	250
6.3.1 Valor presente neto	250
6.3.2 Tasa interna de retorno	250
6.3.3 Periodo de recuperación	251
6.3.4 Análisis de razones financieras	251
CONCLUSIONES	256

RECOMENDACIONES	259
BIBLIOGRAFÍA	260
ANEXOS	262

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Población Bucaramanga y Área Metropolitana 2006	32
Tabla 2. Numero de clientes abonados a la ESSA	32
Tabla 3. Número de habitantes para los estratos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga	33
Tabla 4. Número de personas que laboran en el sector comercial	34
Tabla 5. Mercado objetivo	34
Tabla 6. Ficha técnica de la demanda	36
Tabla 7. Aceptación del consumo de comida rápida	38
Tabla 8. Consumo preferido al momento de comprar comida rápida	39
Tabla 9. Opciones sugeridas para la carta del establecimiento de comidas rápidas	40
Tabla 10. Bebida preferida para acompañar la comida rápida	41
Tabla 11. Frecuencia consumo semanal de comida rápida	42
Tabla 12. Días preferidos para el consumo de comidas rápidas	43
Tabla 13. Horario preferido para el consumo de comida rápida	44
Tabla 14. Sitio donde consume la comida rápida	45
Tabla 15. Restaurantes visitados de comidas rápidas	46
Tabla 16. Sitios donde se realiza el consumo de comida rápida ambulante	48
Tabla 17. Asistencia al lugar de comida rápida	48
Tabla 18. Número de personas con las cuales usualmente consume la comida rápida	49
Tabla 19. Lugar de consumo de la comida rápida	50
Tabla 20. Empaque preferido para almacenar la comida rápida	50
Tabla 21. Característica que determina el sitio donde consume la comida rápida	52

Tabla 22. Factor principal al momento de decidir compra de comida rápida	53
Tabla 23. Aceptación de la nueva empresa	54
Tabla 24. Publicidad preferida para dar a conocer la nueva empresa	55
Tabla 25. Presupuesto mensual destinado para el consumo de comida rápida	56
Tabla 26. Cálculo promedio presupuesto mensual destinado para el consumo de comida rápida	57
Tabla 27. Sector de la ciudad preferido para el consumo de comida rápida	57
Tabla 28. Estimación de la demanda. Número de personas que demandan el consumo de comidas rápidas.	60
Tabla 29. Estimación de la demanda. Total personas que asistirán al nuevo negocio	60
Tabla 30. Estimación de la demanda.	61
Tabla 31. Estimación de la demanda. Preferencia de consumo en restaurantes	61
Tabla 32. Estimación de la demanda. Asistencia al lugar de comida rápida	61
Tabla 33. Estimación de la demanda. Grupos de personas con las cuales asiste normalmente a los sitios de comidas rápidas	62
Tabla 34. Estimación de la demanda. Total personas que acuden a restaurantes de comidas rápidas ubicados en el sector de Cabecera de Llano	62
Tabla 35. Estimación de la demanda. Frecuencia de consumo platos de comidas rápidas al año.	63
Tabla 36. Estimación de la demanda. Distribución cantidad anual de platos de comida rápida	63
Tabla 37. Estimación de la demanda. Distribución cantidad anual de bebidas	64
Tabla 38. Número de habitantes Bucaramanga. Años 2002 al 2006	64
Tabla 39. Mercado objetivo. Años 2002-2006	65
Tabla 40. Cantidad platos de comidas rápidas. Años 2002-2006	65

Tabla 41. Proyección de la demanda. Número de platos de comidas rápidas de acuerdo al método series cronológicas.	68
Tabla 42. Ficha técnica análisis de la oferta	69
Tabla 43. Información de la oferta. Número de empresas de comidas rápidas publicitadas en las páginas amarillas del directorio de Bucaramanga durante los años 2002 al 2006	70
Tabla 44. Distribución de los expendios de comida en restaurantes según directorio telefónico de la ciudad de Bucaramanga. Año 2006	70
Tabla 45. Número de restaurantes de comida rápida registrados en Cámara de Comercio de Bucaramanga	71
Tabla 46. Número de restaurantes de comida rápida registrados en Cámara de Comercio de Bucaramanga	72
Tabla 47. Número de platos de comida rápida despachados por la competencia. Años 2002-2005	73
Tabla 48. Proyección de la oferta. Número de platos de comidas rápidas de acuerdo al método series cronológicas.	75
Tabla 49. Proyección de la demanda insatisfecha	75
Tabla 50. Publicidad de lanzamiento	83
Tabla 51. Publicidad de operación	84
Tabla 52. Capacidad diseñada. Proyección platos de comida rápida	89
Tabla 53. Capacidad instalada. Proyección platos de comida rápida	90
Tabla 54. Capacidad utilizada y proyectada. Platos de comida rápida	90
Tabla 55. Distribución platos de comidas rápidas de acuerdo a la capacidad utilizada y proyectada	91
Tabla 56. Distribución bebidas de acuerdo a la capacidad utilizada y proyectada	91
Tabla 57. Descripción de predios para estudio de microlocalización	92
Tabla 58. Puntuación de los factores de microlocalización	94
Tabla 59. Análisis de los factores y puntuación	95

Tabla 60. Acomodaciones requeridas por día en el Restaurante Planeta Burger según capacidad utilizada y proyectada	97
Tabla 61. Recurso humano	116
Tabla 62. Distribución de los platos de comidas rápidas proyectados y tiempo requerido para su elaboración por plato en segundos	117
Tabla 63. Total tiempo en segundos de M.O.D. requerida año a año para la elaboración de los diferentes platos de comidas rápidas	118
Tabla 64. Total tiempo en horas de M.O.D. requerida año a año para la elaboración de los diferentes platos de comidas rápidas	118
Tabla 65. Total tiempo en horas de M.O.D. requerida diariamente para la elaboración de los diferentes platos de comidas rápidas	118
Tabla 66. Número de auxiliares de cocina requeridos año a año para la elaboración de los diferentes platos de comidas rápidas	119
Tabla 67. Equipos y herramienta para área de cocina	119
Tabla 68. Muebles y enseres área de servicio	120
Tabla 69. Muebles y enseres área de administración	121
Tabla 70. Útiles de oficina	122
Tabla 71. Materiales indirectos	122
Tabla 72. Útiles de aseo	123
Tabla 73. Detalle de proveedores	123
Tabla 74. Descripción y perfil de cargo. Gerente	141
Tabla 75. Descripción y perfil de cargo. Cajero	142
Tabla 76. Descripción y perfil de cargo. Jefe de cocina	143
Tabla 77. Descripción y perfil de cargo. Auxiliar de cocina	144
Tabla 78. Descripción y perfil de cargo. Mesero	145
Tabla 79. Descripción y perfil de cargo. Vigilante	146
Tabla 80. Descripción y perfil de cargo. Oficios varios	147
Tabla 81. Asignación salarial mensual para cargo	149
Tabla 82. Asignación salarial para cargos por prestación de servicios.	150
Tabla 83. Clasificación días ordinarios, festivos y laborales al año	153

Tabla 84. Recargo horas extras. Cálculo sobre 1 SMLV	154
Tabla 85. Equipo y herramienta para área de cocina	156
Tabla 86. Muebles y enseres área de operación	157
Tabla 87. Muebles y enseres área de administración	158
Tabla 88. Equipo de cómputo y ofician	158
Tabla 89. Total inversión fija	158
Tabla 90. Inversión diferida	159
Tabla 91. Inversión diferida. Software	159
Tabla 92. Inversión diferida. Instalación de equipos	159
Tabla 93. Inversión diferida. Publicidad de lanzamiento	160
Tabla 94. Número de platos de comidas rápida a elaborar	161
Tabla 95. Número de bebidas a elaborar y/o vender	161
Tabla 96. Materia prima hamburguesa	162
Tabla 97. Materia prima salsa tradicional por porción.	162
Tabla 98. Materia prima pizza pollo con champiñones	163
Tabla 99. Materia prima salsa base para pizza	163
Tabla 100. Materia prima pizza carnes	163
Tabla 101. Materia prima pizza hawaiana	164
Tabla 102. Materia prima perro caliente	164
Tabla 103. Materia prima choripapa	164
Tabla 104. Materia prima salchipapa	165
Tabla 105. Materia prima churrasco	165
Tabla 106. Materia prima salsa especial para churrasco	165
Tabla 107. Materia prima colombinas de pollo	166
Tabla 108. Materia prima flautas	166
Tabla 109. Materia prima sandwich de pollo	166
Tabla 110. Materia prima mazorca desgranada	167
Tabla 111. Materia prima limonada de panela	167
Tabla 112. Materia prima naranjada	167
Tabla 113. Costo materia prima hamburguesa año 1	168

Tabla 114. Costo materia prima hamburguesa año 2	168
Tabla 115. Costo materia prima hamburguesa año 3	169
Tabla 116. Costo materia prima hamburguesa año 4	169
Tabla 117. Costo materia prima hamburguesa año 5	170
Tabla 118. Costo materia prima pizza pollo con champiñones año 1	170
Tabla 119. Costo materia prima pizza pollo con champiñones año 2	171
Tabla 120. Costo materia prima pizza pollo con champiñones año 3	171
Tabla 121. Costo materia prima pizza pollo con champiñones año 4	171
Tabla 122. Costo materia prima pizza pollo con champiñones año 5	172
Tabla 123. Costo materia prima pizza carnes año 1	172
Tabla 124. Costo Materia Prima Pizza Carnes Año 2	173
Tabla 125. Costo materia prima pizza carnes año 3	173
Tabla 126. Costo materia prima pizza carnes año 4	174
Tabla 127. Costo materia prima pizza carnes año 5	174
Tabla 128. Costo materia prima pizza hawaiana año 1	175
Tabla 129. Costo materia prima pizza hawaiana año 2	175
Tabla 130. Costo materia prima pizza hawaiana año 3	175
Tabla 131. Costo materia prima pizza hawaiana año 4	176
Tabla 132. Costo materia prima pizza hawaiana año 5	176
Tabla 133. Costo materia prima perro caliente año 1	176
Tabla 134. Costo materia prima perro caliente año 2	177
Tabla 135. Costo materia prima perro caliente año 3	177
Tabla 136. Costo materia prima perro caliente año 4	178
Tabla 137. Costo materia prima perro caliente año 5	178
Tabla 138. Costo materia prima choripapa año 1	179
Tabla 139. Costo materia prima choripapa año 2	179
Tabla 140. Costo materia prima choripapa año 3	180
Tabla 141. Costo materia prima choripapa año 4	180
Tabla 142. Costo materia prima choripapa año 5	180
Tabla 143. Costo materia prima salchipapa año 1	181

Tabla 144. Costo materia prima salchipapa año 2	181
Tabla 145. Costo materia prima salchipapa año 3	181
Tabla 146. Costo materia prima salchipapa año 4	182
Tabla 147. Costo materia prima salchipapa año 5	182
Tabla 148. Costo materia prima churrasco año 1	182
Tabla 149. Costo materia prima churrasco año 2	183
Tabla 150. Costo materia prima churrasco año 3	183
Tabla 151. Costo materia prima churrasco año 4	184
Tabla 152. Costo materia prima churrasco año 5	184
Tabla 153. Costo materia prima colombinas de pollo año 1	184
Tabla 154. Costo materia prima colombinas de pollo año 2	185
Tabla 155. Costo materia prima colombinas de pollo año 3	185
Tabla 156. Costo materia prima colombinas de pollo año 4	186
Tabla 157. Costo materia prima colombinas de pollo año 5	186
Tabla 158. Costo materia prima flautas año 1	186
Tabla 159. Costo materia prima flautas año 2	187
Tabla 160. Costo materia prima flautas año 3	187
Tabla 161. Costo materia prima flautas año 4	187
Tabla 162. Costo materia prima flautas año 5	187
Tabla 163. Costo materia prima sandwich de pollo año 1	188
Tabla 164. Costo materia prima sandwich de pollo año 2	188
Tabla 165. Costo materia prima sandwich de pollo año 3	189
Tabla 166. Costo materia prima sandwich de pollo año 4	189
Tabla 167. Costo materia prima sandwich de pollo año 5	190
Tabla 168. Costo materia prima mazorca desgranada año 1	191
Tabla 169. Costo materia prima mazorca desgranada año 2	191
Tabla 170. Costo materia prima mazorca desgranada año 3	191
Tabla 171. Costo materia prima mazorca desgranada año 4	192
Tabla 172. Costo materia prima mazorca desgranada año 5	192
Tabla 173. Costo gaseosa año 1	193

Tabla 174. Costo gaseosa año 2	193
Tabla 175. Costo gaseosa año 3	193
Tabla 176. Costo gaseosa año 4	193
Tabla 177. Costo gaseosa año 5	193
Tabla 178. Costo cerveza año 1	193
Tabla 179. Costo cerveza año 2	193
Tabla 180. Costo cerveza año 3	193
Tabla 181. Costo cerveza año 4	194
Tabla 182. Costo cerveza año 5	194
Tabla 183. Costo materia prima limonada año 1	194
Tabla 184. Costo materia prima limonada año 2	194
Tabla 185. Costo materia prima limonada año 3	194
Tabla 186. Costo materia prima limonada año 4	194
Tabla 187. Costo materia prima limonada año 5	194
Tabla 188. Costo materia prima naranjada año 1	194
Tabla 189. Costo materia prima naranjada año 2	195
Tabla 190. Costo materia prima naranjada año 3	195
Tabla 191. Costo materia prima naranjada año 4	195
Tabla 192. Costo materia prima naranjada año 5	195
Tabla 193. Costo agua en botella año 1	195
Tabla 194. Costo agua en botella año 2	195
Tabla 195. Costo agua en botella año 3	195
Tabla 196. Costo agua en botella año 4	195
Tabla 197. Costo agua en botella año 5	195
Tabla 198. Nómina	197
Tabla 199. Mano de obra indirecta	198
Tabla 200. Recargo horas extras anual mesero y oficios varios	198
Tabla 201. Recargo horas extras anual cajera y vigilante	198
Tabla 202. Materiales indirectos hamburguesas	200
Tabla 203. Materiales indirectos pizza	200

Tabla 204. Materiales indirectos perro caliente	201
Tabla 205. Materiales indirectos choripapa	201
Tabla 206. Materiales indirectos salchipapa	202
Tabla 207. Materiales indirectos churrasco	202
Tabla 208. Materiales indirectos colombinas de pollo	203
Tabla 209. Materiales indirectos flautas	203
Tabla 210. Materiales indirectos sandwich de pollo	204
Tabla 211. Materiales indirectos mazorca desgranada	204
Tabla 212. Costos indirectos de fabricación año 1	205
Tabla 213. Costos indirectos de fabricación año 2	206
Tabla 214. Costos indirectos de fabricación año 3	207
Tabla 215. Costos indirectos de fabricación año 4	208
Tabla 216. Costos indirectos de fabricación año 5	209
Tabla 217. Depreciación área de servicio	210
Tabla 218. Seguro maquinaria y equipo área de operación	210
Tabla 219. Mantenimiento de equipos área de servicios	210
Tabla 220. Distribución de servicios públicos	211
Tabla 221. Costo de producción año 1	212
Tabla 222. Costo de producción año 2	214
Tabla 223. Costo de producción año 3	216
Tabla 224. Costo de producción año 4	218
Tabla 225. Costo de producción año 5	220
Tabla 226. Seguro área administrativa	222
Tabla 227. Seguro crédito financiero	222
Tabla 228. Depreciación equipo de cómputo y muebles y enseres área administrativa	222
Tabla 229. Amortización diferida	223
Tabla 230. Mantenimiento equipo de cómputo y oficina	223
Tabla 231. Otros gastos de oficina	223
Tabla 232. Papelería	224

Tabla 233. Útiles de aseo	225
Tabla 234. Publicidad	225
Tabla 235. Gastos administración año 1	226
Tabla 236. Gastos administración año 2	226
Tabla 237. Gastos administración año 3	227
Tabla 238. Gastos administración años 4 y 5	227
Tabla 239. Gastos financieros	228
Tabla 240. Total capital de trabajo	228
Tabla 241. Inversión total	229
Tabla 242. Fuentes de financiación	229
Tabla 243. Costos fijos	230
Tabla 244. Costos variables	231
Tabla 245. Costos totales	231
Tabla 246. Precio de venta	232
Tabla 247. Costos de producción proyectados a cinco años	233
Tabla 248. Gastos de administración proyectados a cinco años	234
Tabla 249. Gastos de administración proyectados a tres años	234
Tabla 250. Ingresos año 1	234
Tabla 251. Ingresos 2	235
Tabla 252. Ingresos 3	235
Tabla 253. Ingresos 4	236
Tabla 254. Ingresos 5	236
Tabla 255. Cálculo margen de contribución	237
Tabla 256. Asignación de cif y gastos de administración totales por producto	238
Tabla 257. Cálculo costo unitario variable por producto	239
Tabla 258. Distribución de los platos de comidas rápidas y bebidas a vender en el punto de equilibrio	241
Tabla 259. Flujo de caja proyectado	243
Tabla 260. Estado de resultados proyectado	244

Tabla 261. Balance General proyectado	245
Tabla 262. Cálculo del valor presente neto	250
Tabla 263. Calculo TIR	250
Tabla 264. Cálculo de razones financieras	252

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Aceptación del consumo de comida rápida.	38
Gráfico 2. Consumo preferido al momento de comprar comida rápida	39
Gráfico 3. Opciones sugeridas para la carta del establecimiento de comidas rápidas	40
Gráfico 4. Bebida preferida para acompañar la comida rápida	41
Gráfico 5. Frecuencia consumo de comida rápida	42
Gráfico 6. Días preferidos para el consumo de comidas rápidas	43
Gráfico 7. Horario preferido para el consumo de comida rápida	44
Gráfico 8. Sitio donde consume la comida rápida	45
Gráfico 9. Restaurantes visitados de comidas rápidas	47
Gráfico 10. Sitios donde se realiza el consumo de comida rápida ambulante	48
Gráfico 11. Asistencia al lugar de comida rápida	49
Gráfico 12. Número de personas con las cuales usualmente consume la comida rápida	49
Gráfico 13. Lugar de consumo de la comida rápida	50
Gráfico 14. Empaque preferido para almacenar la comida rápida	51
Gráfico 15. Característica que determina el sitio donde consume la comida rápida	52
Gráfico 16. Factor principal al momento de decidir compra de comida rápida	53
Gráfico 17. Aceptación de la nueva empresa	54
Gráfico 18. Publicidad preferida para dar a conocer la nueva empresa	55
Gráfico 19. Presupuesto mensual destinado para el consumo de comida rápida	56
Gráfico 20. Sector de la ciudad preferido para el consumo de comida rápida	58

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. El perro caliente	4
Figura 2. La Hamburguesa	6
Figura 3. El sandwich	8
Figura 4. La pizza	10
Figura 5. Empanadas en el medio oriente	12
Figura 6. Empanadas en España	13
Figura 7. Empanadas en Inglaterra	14
Figura 8. Canal de comercialización	77
Figura 9. Logotipo	81
Figura 10. Diagrama de proceso hamburguesa. 1 unidad	100
Figura 11. Diagrama de proceso pizza. 10 porciones	101
Figura 12. Diagrama de proceso pizza carnes. 10 porciones	102
Figura 13. Diagrama de proceso pizza hawaiana. 10 porciones	103
Figura 14. Diagrama de proceso perro caliente. 1 unidad	104
Figura 15. Diagrama de proceso choripapa. 1 unidad	105
Figura 16. Diagrama de proceso salchipapa. 1 unidad	106
Figura 17. Diagrama de proceso churrasco. 1 unidad	107
Figura 18. Diagrama de proceso colombina de pollo. 1 unidad	108
Figura 19. Diagrama de proceso flautas. 1 unidad	109
Figura 20. Diagrama de proceso sandwich de pollo. 1 unidad	110
Figura 21. Diagrama de proceso mazorca desgranada. 1 unidad	111
Figura 22. Distribución de planta	125
Figura 23. Organigrama	140

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Población Bucaramanga	262
Anexo B. Clientes abonados para los estratos 4, 5 y 6 en la ciudad de Bucaramanga según la Electrificadora de Santander	263
Anexo C. Información Censo General 2005	264
Anexo D. Formato encuesta	265
Anexo E. Publicidad de lanzamiento y promoción	267
Anexo F. Equipos y Herramientas para área de cocina	271
Anexo G. Muebles y Enseres	278
Anexo H. Proveedores	284
Anexo I. Dotación	291
Anexo J. Macrolocalización	292
Anexo K. Microlocalización	293
Anexo L. Liquidación crédito	295

RESUMEN

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN ESTABLECIMIENTO DE COMIDA RÁPIDA CON ESPACIO PARA LA RECREACIÓN INFANTIL EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA*

AUTOR: GARCÍA BURGOS, Janneth**

PALABRAS CLAVES: Factibilidad, establecimiento, comida, espacio, recreación.

DESCRIPCIÓN

Debido al cierre de negocios de comidas rápidas en el sector de la carrera treinta y tres de la ciudad de Bucaramanga y con el ánimo de cubrir una demanda ya existente y que por las razones anteriores no puede realizar consumo de éstas, se planteó la creación de un establecimiento de comidas rápidas con espacio para la recreación infantil en la ciudad de Bucaramanga.

Realizado el estudio de mercados se determinó que la empresa cubrirá en el primer año el 7.5% de la demanda insatisfecha con crecimiento año a año del 1% y con una fuerza laboral de cuatro empleados de mano de obra directa y cinco de mano de obra indirecta; en el área administrativa contará con un gerente y con un contador y un revisor fiscal, estos dos últimos serán contratados por prestación de servicios.

Desde el punto de vista financiero, la inversión requerida para el montaje y puesta en marcha del Restaurante Planeta Burger es de \$64'715.728 y con una proyección a cinco años arrojó una TIR del 28.97%, con una recuperación de la inversión en un periodo de dos años y siete meses trabajando con una TMAR del 21.13%.

Lo anterior demuestra que el proyecto es viable, factible y rentable, siendo conveniente realizar su creación; además contribuirá con la generación de empleo, desarrollo sostenible y calidad de vida tanto a los interesados en invertir en el desarrollo de esta propuesta como a los clientes que normalmente acuden a realizar consumo de comida rápida

*Proyecto de grado

**Universidad Industrial de Santander, Gestión Empresarial. Asesor Lilia Isabel Valbuena.

SUMMARY

TITLE: FEASIBILITY FOR THE CREATION OF AN ESTABLISHMENT DE QUICK CÓMIDA WITH SPACE FOR THE INFANTILE RECREATION IN THE CITY DE BUCARAMANGA*

AUTHOR: GARCÍA BURGOS, Janneth **

PASSWORDS: Feasibility, establishment, food, space, recreation.

DESCRIPTION

Due to the closing of business of quick foods in the sector of the career thirty three of the city of Bucaramanga and with the spirit of already covering a demand existent and that for the previous reasons he/she cannot carry out consumption of these, it's thought about the creation of an establishment of quick foods with it is space for the infantile recreation in the city of Bucaramanga.

Realized the study of markets was determined that the company will cover in the first year 7.5% of the unsatisfied demand with growth year to year of 1% and with a labor work force of four employees of direct manpower and five of indirect manpower; in the administrative area it will have a manager and with an accountant and a fiscal reviewer, these two last they will be hired by rendering of services.

From the financial point of view, the required investment for the assembly and setting in march of the Restaurant Planet Burger is of \$64'715.728 and with a projection to five years a TIR of 28.97% hurtled, with a recovery of the investment in a two year-old period and seven months working with a TMAR of 21.13%.

The above-mentioned demonstrates that the project is viable, feasible and profitable, being convenient to carry out its creation; it will also contribute so much with the employment generation, sustainable development and quality of life to the interested parties in investing in the development of this proposal like to the clients that usually go to carry out consumption of quick food

*Proyecto de grado

**Universidad Industrial de Santander, Gestión Empresarial. Asesor Lilia Isabel Valbuena.

INTRODUCCIÓN

Buscar alternativas que generen bienestar a la sociedad son hoy por hoy uno de los fundamentos bajo los cuales el gestor empresarial debe encaminar su visión como creador de empresa.

Esta propuesta aunque en términos generales es sencilla de entender, abre una amplia gama de un servicio que actualmente podría considerarse el más solicitado, rentable y con todas las garantías de continuar en el mercado mientras exista la humanidad: “las comidas rápidas”.

A lo largo de la historia se ha visto como ideas que empezaron de la nada pero con persistencia se consolidaron y formaron con el tiempo imperios que les permiten ser reconocidos como multinacionales de renombre, con un éxito garantizado por el posicionamiento de su marca y a pesar de la competencia generada por la apertura de los mercados siguen siendo sólidas; como ejemplo puede citarse a McDonald's.

La idea surge ante la necesidad que existe actualmente en la ciudad de Bucaramanga de crear espacios para el consumo de comida rápida, dado que en las principales avenidas de la ciudad existían puestos de comidas rápidas callejeros, los cuales por orden del Plan de Ordenamiento Territorial y por cuestiones de salubridad tuvieron que ser cerrados dejando una demanda que tiene que ser satisfecha.

Surge entonces la idea de hacer una factibilidad para la creación de un establecimiento de comida rápida con espacio para la recreación infantil en la ciudad de Bucaramanga, para lo cual se requieren estudios de todas las

áreas: de mercados, técnica, administrativa, legal, financiera y evaluación financiera para determinar su viabilidad; negocio que cuenta con la experiencia familiar de la autora del proyecto.

Una vez realizados los análisis de cada una de las áreas que lo involucran se determina si la idea es factible y por lo tanto se aconseja su implementación y puesta en marcha.

1. GENERALIDADES

La industria de las comidas rápidas cuenta con muchos ejemplos en la historia de los negocios; todos los grandes gestores de estas propuestas han tenido algo en común: vieron nuevos paradigmas como grandes oportunidades, antes que nadie, y, a través de la persistencia se convirtieron en grandes imperios con un reconocimiento y un crecimiento económico que los ubican dentro de las empresas más sólidas del mundo, como caso particular se encuentra McDonald's la cual cuenta actualmente con 13.000 establecimientos a los largo de 65 países ubicados en los cinco continentes y con unas ventas globales de U\$S40 billones anuales¹.

Otro aspecto igualmente importante son los constantes cambios del ritmo de vida en los últimos años, donde los tiempos para dedicar a la preparación de comida son cada vez menores y con ello la demanda de comidas rápidas ha crecido sustancialmente, al igual que los volúmenes de materias primas utilizados en su elaboración.

Dentro del mercado nacional, las cadenas más importantes son Mc Donalds, Burger King, Burger Inn, Lomiton, y Kentucky Fried Chicken.

La mayoría de esas cadenas basan su imagen en el tema de la calidad del producto. Los estándares que se manejan son los mismos en cualquier parte del mundo. Si bien muchas de estas marcas construyen locales propios, una de las formas más comunes de crecimiento es a través de las franquicias.

¹ Las historias paradigmáticas de los grandes maestros de empresa de hoy. El éxito de McDonald's [on line] <http://www.ganaropciones.com/raykroc.htm>

1.1 PANORAMA GENERAL DEL SECTOR DE LAS COMIDAS RÁPIDAS

1.1.1 Origen. Precisar sobre la historia de las comidas rápidas es improbable por cuanto existen diversidad de platos que surgieron en distintas civilizaciones y que a lo largo del tiempo lograron posicionarse a nivel mundial.

Con el objeto de mostrar un resumen de los principales platos hasta ahora reconocidos como comidas rápidas se hará un recorrido desde sus inicios hasta la actualidad con lo cual se determinará la evolución de este sector.

- ◆ **El perro caliente².** Si bien la salchicha es una de las formas de embutido o comida procesada más antiguas de que se tiene registro - Homero ya la mencionaba en su obra La Odisea, en el siglo IX Antes de Cristo-, el hecho de comérsela en un pan alargado nació en Frankfurt, Alemania, hace casi cien años. Ver figura 1.

Figura 1. El perro caliente



Fuente. SALAS, Jaime. Los 100 años de historia del completo. [on line] <http://www.lacuarta.cl/diario/2003/08/03/03.08.4a.CRO.COMPLETO.html>

Cuenta la leyenda que el dueño de un pequeño bar llamado Anton Feuchtwanger comenzó en 1904 a ofrecer ricas vienasas aderezadas con ketchup y mostaza a su habitual clientela. Aunque el bocadillo era muy

² SALAS, Jaime. Los 100 años de historia del completo. [on line] <http://www.lacuarta.cl/diario/2003/08/03/03.08.4a.CRO.COMPLETO.html>

demandado, se topó con un problema: Los otros golosos ponían el grito en el cielo porque se quemaban y ensuciaban los dedos al degustarlo.

Como utilizar cubiertos le restaba gracia al acto de engullir las salchichas a la carrera, el caballero tuvo que ingeniárselas para aplacar los reclamos y no defraudar a los comensales. Fue así como junto con el plato, comenzó a ofrecer un par de prácticos guantes. Pero los clientes se los pelaban y, al final, el negocio no resultaba rentable.

En vista de eso, y ante la desesperación de ver cómo el bar se le estaba yendo a pique, el comerciante recurrió a su medio hermano, que para su fortuna era panadero. Dotado de mucho "Winter ya", ideó un pan alargado capaz de contener sin atados la vienesa, otorgándole, de paso, un gran valor agregado.

Así nació el completo o hot dog (perro caliente) tal como se conoce hoy. Rápidamente agarró moto y fue introducido en el resto de Europa, así como en Cuba, Argentina y los Estados Unidos. Esta última nación llegó a instaurar el "Mes del Completo", que se celebra en julio.

Tanto el nombre como los ingredientes utilizados en su preparación dependen del país donde se haga. En Portugal, por ejemplo, se conocen como "cachorros" y le llevan zanahoria, lechuga, champiñones y cebolla. Suelen comerse en la calle.

"Bocadillos de perro" lo llaman en Cuba, y aunque los entendidos aseguran que la vienesa no tiene un sabor muy apetitoso, los habitantes de la tierra de Fidel igual le hacen de chupete. En Argentina, se les llama "panchos". Eso sí, los trasandinos no gustan de las salsas ni de mayonesas y se comen la vienes solita.

En Estados Unidos, el hot dog suele incorporar queso y cebolla entre sus ingredientes.

♦ **La hamburguesa**³. La Hamburguesa, un testigo vivo del siglo XX. Ver figura 2.

Figura 2. La Hamburguesa



Fuente. Historia de la hamburguesa [on line] <http://www.muchogusto.net/especiales/Hamburguesas/>

La historia de la hamburguesa, icono por excelencia de la cultura norteamericana, es uno de los testigos más valiosos del siglo XX. Fueron los inmigrantes alemanes de finales de siglo XIX quienes introdujeron en los Estados Unidos un plato llamado "filete americano al estilo Hamburgo", que más tarde se daría a conocer con el nombre de Hamburguesa. Desde la primera cadena de hamburgueserías White Castle fundada en Kansas en 1921 hasta los actuales Burger King o Mc Donalds la hamburguesa ha ido convirtiéndose en parte de la dieta mundial. Las cifras no dejan lugar a dudas, cada americano come de media 3 hamburguesas a la semana, y sólo la cadena Mc Donalds ha vendido 12 hamburguesas por persona en todo el mundo.

³ Historia de la hamburguesa [on line] <http://www.muchogusto.net/especiales/Hamburguesas/>

La utilidad de la hamburguesa llega a límites insospechados y se utiliza incluso como medidor de la economía de los países, es el llamado "Índice Big Mac". Con este indicador se calcula cuánto vale (en dólares) la popular hamburguesa en los distintos lugares del mundo, lo que permite medir el nivel de competitividad de la economía de cada uno de los 120 países en los que está presente Mc Donalds.

Hoy en día después de más de un siglo de vida de la hamburguesa, las variedades son casi tantas como personas o países. El pan redondo o cuadrado, tostado o sin tostar, natural o con sésamo (ajonjolí); la carne cocida a la parrilla o a la plancha; y un sinfín de ingredientes que varían para seguir haciendo de la hamburguesa el plato preferido del mundo en pleno despertar del siglo XXI.

◆ **El sandwich⁴.**

Siglo I a.C Hillel "el Anciano". Fue el inventor del primer Sandwich del que se tiene constancia. Hillel fue Uno de los líderes religiosos más importantes de los judíos y creó la tradición en el Passover (fiesta religiosa judía) de intercalar entre dos matzohs o galletas duras horneadas nueces molidas, trozos de manzana, especias, y vino con hierbas amargas.

VI hasta XVI d.C. En la Edad media se utilizaban grandes rebanadas de pan que servían como plato para comer. Toda la grasa, el jugo y las especias mojaban la rebanada de pan.

XVI hasta XVII d.C. Numerosas obras de teatro inglesas de estos dos siglos recogen la existencia del antecedente europeo del sandwich: bread and cheese y bread and meat (pan con queso y pan con carne).

⁴ Historia del sandwich [on line] <http://www.mucho gusto.net/especiales/Sandwich/>

Año 1762. El primer registro de la palabra sandwich apareció el 24 de Noviembre de 1762 en los escritos del historiador inglés Edward Gibbons (1737-1794). Según la tradición fueron los cocineros del London's Beef Steak Club, un prestigioso club de apuestas de Shakespeare Tavern los que inventaron el sandwich.

John Montague (1718-1792), llamado el Cuarto Conde de Sándwich era un empedernido jugador que pasaba las horas jugando a los naipes y apuestas. Al no tener tiempo para comer, el conde ordenaba a los cocineros del club que cocinaran el filete con sal y lo metieran entre dos piezas de pan tostado para poder comerlo mientras apostaba. El conde recibió la enseña de Cuarto Conde de Sandwich y la gente pedía el plato de esta manera: "ponme lo mismo que (el conde de) Sandwich", así se popularizó la palabra sandwich. Ver figura 3.

Figura 3. El sandwich



Fuente. Historia de la hamburguesa [on line] <http://www.mucho gusto.net/especiales/Hamburguesas/>

Año 1840 .El sandwich llega a América de la mano de Elizabeth Leslie (1787-1858). En su libro de cocina tiene una receta de un sandwich de jamón que sugiere como primer plato."Se pueden servir en el plato o enrollados, y sirve como merienda o cena".

Año 1873. Se establece en Madrid el primer **Viena Capellanes** dedicado a la elaboración del Pan de Viena.

Año 1900. Las panaderías estadounidenses comienzan a vender pan de molde (sin rebanar) y se acrecenta el interés por los sandwiches en los

EEUU. Los niños y los trabajadores comienzan a llevar las sandwicheras de metal a los trabajos y escuela y las madres popularizan los sandwich rellenos de huevo y jamón.

Año 1912. El americano de origen germano Otto Frederick Rohwedder inventa la primera máquina de cortar pan de sandwich automática. La primera máquina de cortar el pan de sandwich se instaló en Chillicothe Baking Company, Missouri en 1928 y la primera barra de molde sandwich se vendió el 7 de Julio de 1928.

Año 1930. Wonder Bread, es la primera compañía en EEUU que comienza a vender pan de molde en rebanadas. El pan de sandwich en rebanadas no tuvo demasiada aceptación durante los primeros años de venta ya que las familias no confiaban en la procedencia del corte.

Año 1940. Durante la Segunda Guerra Mundial el abastecimiento de acero era tan escaso que se dejaron de fabricar las cuchillas para cortar pan de sandwich y se volvió a vender el pan de molde sin corte.

Año 2002. Utilizando conservantes de origen natural y químico el ejército de Estados Unidos inventa el sandwich sin fecha de caducidad bautizado como "Sandwich indestructible", que aguanta sin refrigeración hasta tres años. De momento existen dos sabores el de Peperoni y Pollo a la barbacoa, aunque el sandwich PB&J (crema de cacahuete con jamón) todavía está en periodo de perfeccionamiento.

- **La pizza**⁵. Plato típico de la cocina italiana con marca patentada denominada "specialità tradizionale garantita" (STG). Ver figura 4.

⁵ La pizza. [on line] <http://es.wikipedia.org/wiki/Pizza>

Figura 4. La pizza



Fuente. La pizza. [on line] <http://es.wikipedia.org/wiki/Pizza>

La pizza, en un principio, conocida sólo en Nápoles — la primera pizzería abrió en 1830, en la Via Port'Alba, y aún sigue en funcionamiento — empezó a conocerse en el resto de Italia durante el siglo XIX, para luego pasar a Argentina y Uruguay con los millones de inmigrantes italianos que ingresaron a estos dos países entre los siglos XIX y XX, países dónde la pizza se hizo popular en la primera mitad de este último, haciéndolo en el resto del mundo a partir de la Segunda Guerra Mundial.

Sin embargo, los panes planos son una tradición por todo el Mediterráneo. Quizá de antiguo origen Persa, este pan fue introducido en la Magna Grecia (Italia meridional) por los primeros colonos griegos. En el siglo III adC, la primera historia de Roma, escrita por Marcus Porcius Cato, menciona una "masa redonda aderezada con aceite de oliva, hierbas y miel, horneada sobre piedras". Se han encontrado posteriores evidencias que datan del 79 dC en los restos de Pompeya. Las excavaciones arqueológicas han sacado a la luz tiendas con una gran similitud a una pizzería moderna.

La forma tradicional de servirla es en porciones triangulares separadas con un cortador de pizza especial, las porciones son generalmente de un sexto o un octavo del tamaño de la pizza completa. Es típico comerla sosteniéndola con la mano por su borde posterior, el cual forma una especie de engrosamiento redondeado donde no llegan los ingredientes.

En la mayoría de los países desarrollados las pizzas se venden en supermercados como alimento congelado. Se ha utilizado toda clase de tecnología alimentaria para crear sabrosas pizzas congeladas. Los principales obstáculos han sido evitar que la salsa se mezcle con la masa y producir una corteza que se pueda congelar y recalentar posteriormente sin quedar rígida. Tradicionalmente, la masa está preheada y el resto de los ingredientes han sido precocinados aunque, últimamente, han comenzado a aparecer pizzas con todos los ingredientes crudos.

También últimamente han comenzado a popularizarse en varios países máquinas expendedoras automáticas que entregan la pizza recién horneada a cambio de unas monedas.

La pizza tradicional que no todos conocemos, resulta una pieza útil para el organismo, con ingredientes y complementos naturales, como la cebolla, que facilita la digestión, el champiñón, o el propio tomate, aportando fibra e hidratos de carbono por la complejidad de la propia masa, de "pan", y caliente en un horno de leña, a efectos saludables se recomienda, si en moderación y como siempre la tradicional.

● **La empanada**⁶. Salteña, tucumana, llaucha, pucacapa, pastel frito, allaca, arepa, empanada de pino, tamal, empanada argentina. Son muchas las variedades, muchos los rellenos, las formas de prepararlas, las razones de comerlas, pero sólo es uno: el alimento.

Y aunque hoy en día la empanada se encuentre en el centro mismo de la cultura latinoamericana y represente con toda claridad esta historia uniendo el trigo y el maíz, la carne y la papa, el tomate, el cordero, el picante las especias y separando y uniendo a todos los países; en el aroma de la salteña

⁶ Los antepasados de la empanada. [on line] <http://elforastero.blogalia.com/historias/35928#comentarios>

recién hecha, en el calor casi humano que desprende su piel de masa, está la historia misma del continente. Dentro de la empanada se encuentra toda la historia que nos antecede.

✦ **Empanadas en el Medio Oriente.** Las referencias más antiguas sobre la empanada podemos encontrarlas en la cuna misma de nuestra civilización. Ya se conocía un plato cercano a la empanada en la antigua Persia siglos antes de Cristo.

Figura 5. Empanadas en el medio oriente



Fuente. Los antepasados de la empanada. [on line] <http://elforastero.blogalia.com/historias/35928#comentarios>

También Grecia era conocida por sus masas de cereales que exportaría a todo el mundo occidental. Según los árabes la pasta griega philo para ser rellena es “la masa más delicada, suave, crujiente, fina, elegante, versátil, que se haya creado en la cocina”. El origen tiene raíz en Grecia y de allí pasaría a Armenia, Marruecos, Medio Oriente en general. Porque fue en esta región, en los áridos paisajes, los aromáticos Zocos y la casa familiar de sombra fresca que la empanada de verdad se hizo popular.

Las empanadas llevaban nombres sonoros que aun hoy se conservan fatay o esfiha, con carne de cordero y trigo burgol, y probablemente otras muchas variedades dulces y saladas que se perdieron.

✦ **Empanadas en España.** Convertida en un plato popular, público, para comer entre muchos y con muchas manos, la empanada árabe, delicada e individual se convertiría en la empanada Gallega.

Figura 6. Empanadas en España



Fuente. Los antepasados de la empanada. [on line] <http://elforastero.blogalia.com/historias/35928#comentarios>

Una bandeja de masa, rellena de carne o pescado, un caliente corazón que tentaba a este pueblo cristiano advirtiéndoles que al igual que las llamas del horno con que se cocinaba la empanada, el infierno también los esperaba:

En ese intercambio que duraría siglos, los Gallegos llegarían a América y traerían con ellos su dios, sus fiestas, sus procesiones religiosas, sus bailes típicos, su idioma, sus pecados, sus vestidos y claro que si su comida. Y ya sea la empanada gallega o las múltiples variedades de las empanadas árabes, la empanada finalmente entraría a América acogiendo productos típicos y formas nuevas de preparar para convertirse en algo nuevo, totalmente diferente que uniría todo lo que ocurrió antes de la llegada de esos barcos, y todo lo que ocurriría después.

◆ **Empanadas en Inglaterra.** Los ingleses con su sentido del humor explican que el diablo jamás se atrevería a cruzar el río Tamar en dirección a Cornwall (Inglaterra) por miedo a terminar como relleno de un cornish pasty y los pescadores más supersticiosos de Cornwall se niegan a llevar estos

pasties a bordo de su embarcación en la creencia de que ello les traerá mala suerte.

Figura 7. Empanadas en Inglaterra



Fuente. Los antepasados de la empanada. [on line] <http://elforastero.blogalia.com/historias/35928#comentarios>

El Cornish Pasty es una empanada rellena típica de Cornwall que a pesar de tener una historia ajena a los países y regiones que arriba hemos visto el resultado es extrañamente familiar. Este plato inglés que data del siglo XII y puede ser encontrado nombrado en algunas sagas artúricas tiene una historia muy bien arraigada entre sus fronteras, y aunque puede encontrarse variaciones similares en varios lugares de Gran Bretaña, es Cornwall donde este plato puede considerarse nativo, si bien el relleno típico es de carne, cebolla (de origen árabe) y patata (de origen Americano) los pasties se han relleno de una variedad asombrosa de productos dulces y salados y muchas veces las dos cosas juntas.

En fin, la historia de la empanada recorre países y años, y aunque sigue siendo un plato humilde que nunca llegará a mesas importantes (puesto que es más fácilmente imaginable comida a traición, de pie y entre amigos), su historia es muy amplia e interesante y nos puede enseñar mucho de nuestra propia historia como continente.

1.1.2 Evolución del sector. La principal innovación de las cadenas de comidas rápidas multinacionales ha sido la industrialización de un servicio,

cuyo principio de distinción es el carácter artesanal. En los años cincuenta en los Estados Unidos proponen un modelo de consumo popular que a finales del siglo pasado adquiere un carácter globalizado, al estar implantados en más de cien países, y particularmente en aquellos con modelos de consumo significativamente diferentes al de origen, como los países asiáticos⁷.

Estas cadenas se distinguen por brindar al consumidor los mismos productos con una calidad homogénea, siempre disponibles en una red de locales manejada mayormente en forma de franquicias, garantizando el mismo tipo de atención en establecimientos que se caracterizan por su limpieza, por un menú estándar y un servicio rápido. En tal sentido, uno de los ejes de su éxito fue el desarrollo de una red de concesionarios y una de proveedores con una sofisticada infraestructura de abastecimiento, la vinculación con la industria procesadora a través de rígidas especificaciones, tratando siempre de reducir el costo de la materia prima. Los productos de origen agropecuario, constituyen uno de los principales insumos y por tanto estas cadenas han provocado un fuerte impacto en la industria alimentaria y en la producción primaria.

Esto se observa en el aumento en número de locales de este tipo de negocios a nivel mundial, el cual ha sido el detonante de la entrada y crecimiento de la inversión directa extranjera en industrias dedicadas al abastecimiento o al servicio de las cadenas de comida rápida a nivel regional de cada uno de los países en los cuales han incursionado.

1.1.3 Tendencias del sector. La incorporación de la mujer al trabajo obliga a que aumente el consumo de comidas rápidas a nivel mundial, sin embargo, los gobiernos son cada vez más exigentes en las normas de salubridad

⁷ El impacto de las cadenas multinacionales de comidas rápidas [on line] <http://www.inta.gov.ar/balcarce/info/documentos/econo/mercado/mateos.htm>

establecidas para que este tipo de negocios cuenten con todos los requisitos necesarios para que la comida que éstos ofrecen sea siempre sana y limpia.

Esto obliga a todos los negocios de comidas a conocer muy de cerca todos los retos y obligaciones que les van imponer las nuevas normas sobre seguridad alimentaria.

Actualmente es muy conocida una nueva tendencia en el sector de la comida rápida. Mientras los establecimientos tradicionales, como Burger King o Mc Donald's, introducen en sus menús alimentos ligeros, aparecen nuevos establecimientos que basan su oferta en la comida rápida y saludable. Hay quien asegura que es sólo moda mientras otros sostienen que se trata de un nuevo concepto con óptimas expectativas de crecimiento.

Se interpretó como el fin de la 'Era Hamburguesa'. Mc Donald's, una de las firmas líderes en el sector de la comida rápida, anunció, por primera vez en su historia, que había tenido pérdidas; 343,8 millones de dólares en el último trimestre de 2002⁸. Los directivos reaccionaron cerrando algunos locales y presentando productos 'más sanos' en su oferta, tendencia que también han adoptado la mayoría de enseñas del sector.

A raíz de lo anterior Mc Donald's retiró su no menos controvertido menú 'Supersize', basado en el tamaño de sus hamburguesas, y lanzó su programa de comida sana, 'Salad Plus', basado en ensaladas, frutas y productos bajos en calorías. Charlie Bell, presidente ejecutivo de la multinacional, aseguró entonces que los resultados de la compañía habían aumentado un 25% gracias a la nueva oferta. Lo cierto, según sostienen algunos expertos en el sector de la comida rápida, es que las ventas de las

⁸ La comida rápida ligada a dieta sana prolifera en el sector. [on line] <http://www.infofranquicias.com/cd-1825/El-fast-food-se-lleva-%E2%80%98light%E2%80%99.aspx>

hamburgueserías han aumentado con la introducción de productos light como acompañamiento de los alimentos estrella.

✦ **Las pioneras.** Con Mc Donald's y Burger King como precursoras, las distintas firmas del sector de comida rápida han introducido en su oferta ensaladas, yogures, frutas y sandwiches bajos en calorías. Poco después de que Mc Donald's lanzara su programa 'Salad Plus', su eterno rival, Burger King, introdujo su proyecto 'King Delight', basado en ensaladas que aportan muy pocas calorías. Desde luego lo anterior se traduce en un incremento en las ventas”.

“La sociedad cada vez está más concientizada de la importancia de llevar una dieta sana” y “siempre que la oferta se adapte al consumidor, el sector seguirá un continuo crecimiento”⁹, es decir, los negocios de comidas rápidas se deben adaptar a la demanda de los consumidores y deben incorporar productos y conceptos nuevos que satisfagan sus necesidades, allí radica el éxito de sus rentabilidades.

1.1.4 Las comidas rápidas en Colombia. En Colombia una de las primeras pizzerías que abre sus puertas es Pizza Hut, en 1985, la cual desde su nacimiento en 1958 ha ofrecido gran variedad de deliciosa pizza y productos complementarios que a través del tiempo han puesto a disposición de sus clientes.

De igual forma la comida rápida es presentada por uno de los primeros restaurantes de dicho producto llamado WIMPY, establecimiento que abre sus puertas hacia el año 1954 en Londres, seguramente innumerables de restaurantes de comidas rápidas fueron abiertos al público antes que éste, sin embargo, el éxito de WIMPY fue registrado por una de las mayores corporaciones internacionales del sector de alimentos y comidas preparadas,

⁹ Ibid

United Biscuit's Group que adquirió la cadena en 1977 y le invirtió capital y trabajo de tal forma que en 1988 WIMPY contaba con mas de 300 restaurantes distribuidos en 23 países, incluido el Reino Unido; en Colombia WIMPY se estableció en 1976, con la dirección, conocimientos, tecnología y apoyo financiero de a WIMPY International.

Banano's - Comidas Rápidas inicia también actividades el 10 de Marzo 1984, fundado por Leonardo "Banano" Martínez y Marivel Pérez. Inicialmente fué un pequeño carro de perros ubicado a media cuadra del lugar donde funciona actualmente. Allí estuvo por varios años, aumentando poco a poco la variedad de productos al menú, el cual pasó de ofrecer sólo perros y gaseosa a la extensa carta de hoy; de la misma manera como aumentaba la carta era necesario aumentar el espacio físico, entonces hubo una pequeña ampliación, manteniendo el carrito que todavía hoy es parte de este lugar, entonces se utilizó un garaje para poder ubicar algunos elementos de cocina, una barra y se ubicaron unas banquitas para sus clientes. Es así como muchos empresarios que abren sus establecimientos de comida rápida inician grandes negocios que actualmente son reconocidos en Colombia, en Bucaramanga un ejemplo de esto es la señora MIRYAM, antes ubicado sobre la acera de la calle 61 con cra 17 esquina, en el barrio ricaute, allí estuvo más de 3 años y luego su deseo de superación abrió camino para que ofreciera algo mejor para los clientes que cada día eran más, de esta forma es como tiene un establecimiento ahora reconocido en la ciudad cerca donde estaba al iniciar llamado Comidas Rápidas DOÑA MIRYAM.

En la zona metropolitana de Bucaramanga existen aproximadamente 110 establecimientos de comida rápida y pizzerías incritos en la cámara de comercio y más de 230 establecimientos ambulantes con esta y otra variedad de oferta de comidas rápidas como son las arepas rellenas,

empanadas, chorizos, pizzas entre otros. Estas son personas que han tenido que luchar como cualquier otro microempresario para poner en funcionamiento su puesto de comida en la calle, tienen espíritu emprendedor que por ocasiones por intervención de entidades públicas se decae pero nunca muere, pues dichas entidades en su afán de embellecer la ciudad, procurar orden alimentan el desempleo y la violencia.

En el último año Bucaramanga ha recibido más de 25.000 desplazados por la violencia, personas que han abandonado todo, por conservar su vida, vida que en ocasiones no tiene sentido por la falta de entendimiento de quienes pueden tenderles la mano, pero titubean y al fin no la extienden, pero nunca se desaniman pues en su afán de seguir adelante se inventan cualquier forma de ejercer el comercio en la calle, ejemplos: Toldillos con productos elaborados de materias primas traídas de la tierra de donde son nativos, también una estufa ambulante de chuzos, es decir una cocineta adaptada con parrilla para azar allí los chuzos, en fin cosas que a veces no se pueden imaginar, sólo hasta cuando se ven se reflexiona en la necesidad por la que pasan estas personas. Es así como con ánimo se ven muchos carros ambulantes de comida rápida que sólo esperan el apoyo de la ciudadanía, ofreciendo economía, calidad pero no siempre comodidad.

1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA

1.2.1 Localización. Bucaramanga se encuentra en una terraza inclinada de la Cordillera Oriental a los 7° 08' de latitud norte con respecto al Meridiano de Bogotá y 73° 08' de longitud al Oeste de Greenwich.

1.2.2 Límites. Bucaramanga, capital del departamento de Santander limita por el Norte con el municipio de Rionegro; por el Occidente con los

municipios de Matanza, Charta y Tona; por el Sur con el municipio de Floridablanca y; por el Occidente con el municipio de Girón.

Características generales del territorio y suelos: El área metropolitana formada por Bucaramanga, Piedecuesta, Florida y Girón está ubicada sobre el Valle del Río de Oro. Se distingue en ella dos sectores de diferente conformación física: uno formado por la meseta y otro por el valle. Sus suelos, desde el punto de vista agrológico, se pueden dividir en dos grupos: los primeros, al no tener peligro de erosión, son propicios para el cultivo de gran variedad de productos y el uso para la ganadería. La otra clase de suelos tiene una alta potencialidad erosiva; por esta razón, presenta baja fertilidad y una capa de fertilidad superficial, en algunas situaciones casi nulas.

Bucaramanga, es una ciudad, netamente comercial aunque existen otros renglones representativos tales como la industria del calzado, la confección, la prestación de servicios de salud, finanzas y educación. Además cuenta con una sólida infraestructura de servicios y vías de comunicación reflejando una imagen atractiva para la inversión favorable para el desarrollo social y económico de la ciudad. Cabe decir que se perfila para el siglo XXI como la Tecnópolis de Los Andes; prueba de ello es el creciente número de centros de investigación tecnológica en diversos tópicos, como la energía, el gas, el petróleo, la corrosión, los asfaltos, el cuero y las herramientas de desarrollo agroindustrial entre otros.¹⁰

Un sector significativo de la economía bumanguesa es el agropecuario, cuyas principales actividades son la agricultura, la ganadería y la avicultura, que se llevan a cabo en zonas aledañas de los departamentos de Santander

¹⁰ESQUEMA DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE BUCARAMANGA 2000-2009 Planeación Municipal.2004.

y Cesar, pero su administración y comercialización se desarrollan aquí en la ciudad; además cuenta con medios masivos de comunicación como: son el periódico Vanguardia Liberal y la cadena televisión TRO (Televisión Regional del Oriente). Cuenta con un muy buen sistema de servicios públicos proyectándose como un gran centro industrial, tecnológico, económico y cultural.

Hoy en día, Bucaramanga es una de las ciudades más importantes de Colombia, con 576.000 habitantes y más de un millón abarcando toda su Área Metropolitana. Es uno de los centros universitarios más representativos del país, con más de 10 universidades. Cuenta con un aeropuerto internacional, ubicado a las afueras de la ciudad, una significativa infraestructura hotelera acompañada por un sinnúmero de atractivos turísticos; todo ello, recreado a partir de la conocida hospitalidad de su gente, que le ha otorgado fama internacional como "La Ciudad Bonita", "La Ciudad más Cordial de Colombia", "La Ciudad de Los Parques" y más recientemente "La Ciudad de la Alegría".

Los eventos artísticos y culturales, se realizan algunos de ellos, en el Auditorio Luís A. Calvo de la Universidad Industrial de Santander, como el Festival Internacional de Piano, el Festival Iberoamericano de Cuenteros y el Festival Luís A. Calvo de Música Andina Colombiana.

Bucaramanga acogedora y cordial, ofrece alternativas de recreación dirigida entre las que se destacan: caminatas ecológicas y ecoturísticas, ciclomontañismo, parapente y el vuelo en cometa.

La ciudad posee un nivel de desarrollo económico relativamente alto. En la mayor parte del territorio se produce cacao, tabaco, piña y guayaba, y en

menor proporción fique, papaya, yuca, maíz, tomate y palma africana. En el terreno industrial se destacan la producción de alimentos y bebidas

Todo este panorama muestra a Bucaramanga como una ciudad atractiva, segura y con la posibilidad de que a través de la activación del turismo sea visitada y con ello se incrementaría la demanda de varios sectores, entre ellos el de alimentos, y en especial el de las comidas rápidas.

1.3 MARCO LEGAL

De acuerdo al objeto social de la presente propuesta, las normas que regulan a nivel nacional el manejo de comidas es la ley 09 de 1979, en sus artículos 7 y 36, 37, 39 y 40.

Ley 09 de 1979. Condiciones básicas de higiene en la elaboración de alimentos.

Artículo 7. Buenas Prácticas de Manufactura.- Las actividades de fabricación, procesamiento, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos se ceñirán a los principios de las Buenas Prácticas de Manufactura estipuladas en el título II del presente decreto.

Capítulo VIII. Restaurantes y establecimientos de consumo de alimentos

Artículo 36. Condiciones Generales. Los restaurantes y establecimientos destinados a la preparación y consumo de alimentos cumplirán con las siguientes condiciones sanitarias generales:

- a. Se localizarán en sitios secos, no inundables y en terrenos de fácil drenaje.
- b. No se podrán localizar junto a botaderos de basura, pantanos, ciénagas y

sitios que puedan ser criaderos de insectos y roedores.

c. Los alrededores se conservarán en perfecto estado de aseo, libres de acumulación de basuras, formación de charcos o estancamientos de agua.

d. Deben estar diseñados y construidos para evitar la presencia de insectos y roedores.

e. Deben disponer de suficiente abastecimiento de agua potable.

f. Contarán con servicios sanitarios para el personal que labora en el establecimiento, debidamente dotados y separados del área de preparación de los alimentos.

g. Deberán tener sistemas sanitarios adecuados, para la disposición de aguas servidas y excretas.

h. Contarán con servicios sanitarios para uso del público, separados para hombres y mujeres, salvo en aquellos establecimientos en donde por razones de limitaciones del espacio físico no lo permita caso en el cual podrán emplearse los servicios sanitarios de uso del personal que labora en el establecimiento y los ubicados en centros comerciales.

Artículo 37.- Condiciones específicas del área de preparación de alimentos. El área de preparación de los alimentos, cumplirá con las siguientes condiciones sanitarias específicas:

a. Los pisos deben estar construidos con materiales que no generen sustancias o contaminantes tóxicos, resistentes, no porosos, impermeables no absorbentes, no deslizantes y con acabados libres de grietas o defectos

que dificulten la limpieza, desinfección y el mantenimiento sanitario.

b. El piso de las áreas húmedas debe tener una pendiente mínima de 2% y al menos un drenaje de 10 cm de diámetro por cada 40 m² de área servida; mientras que en las áreas de baja humedad ambiental y en los depósitos, la pendiente mínima será del 1% hacia los drenajes, se requiere de al menos un drenaje por cada 90 m² de área servida.

c. Las paredes deben ser de materiales resistentes, impermeables, no absorbentes y de fácil limpieza y desinfección. Además hasta una altura adecuada, las mismas deben poseer acabado liso y sin grietas, pueden recubrirse con material cerámico o similar o con pinturas plásticas de colores claros que reúnan los requisitos antes indicados.

d. Los techos deben estar diseñados de manera que se evite la acumulación de suciedad, la condensación, la formación de hongos, el desprendimiento superficial y además se facilite la limpieza y el mantenimiento.

e. Los residuos sólidos deben ser removidos frecuentemente del área de preparación de los alimentos y disponerse de manera que se elimine la generación de malos olores, el refugio y alimento para animales y plagas y que no contribuya de otra forma al deterioro ambiental.

f. Deben disponerse de recipientes, locales e instalaciones para la recolección y almacenamiento de los residuos sólidos, conforme a lo estipulado en las normas sanitarias vigentes.

g. Deberá disponerse de recipientes de material sanitario para el almacenamiento de desperdicios orgánicos debidamente tapados, alejados del lugar donde se preparan los alimentos y deberán ser removidos y lavados

frecuentemente.

h. Se prohíbe el acceso de animales domésticos y la presencia de personas diferentes a los manipuladores de alimentos.

i. Se prohíbe el almacenamiento de sustancias peligrosas en la cocina o en las áreas de preparación de los alimentos.

Artículo 39.- Operaciones de preparación y servido de los alimentos. Las operaciones de preparación y servido de los alimentos cumplirán con los siguientes requisitos:

Continuación del Decreto por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 09 de 1979 y se dictan otras disposiciones:

a. El recibo de insumos e ingredientes para la preparación y servido de alimentos se hará en lugar limpio y protegido de la contaminación ambiental y se almacenaran en recipientes adecuados.

b. Los alimentos o materias primas crudos tales como hortalizas, verduras, carnes, y productos hidrobiológicos que se utilicen en la preparación de los alimentos deberán ser lavados con agua potable corriente antes de su preparación.

c. Las hortalizas y verduras que se consuman crudas deberán someterse a lavados y desinfección con sustancias autorizadas.

d. Los alimentos perecederos tales como leche y sus derivados, carne y preparados, productos de la pesca deberán almacenarse en recipientes separados, bajo condiciones de refrigeración y/o congelación y no podrán

almacenarse conjuntamente con productos preparados para evitar la contaminación.

e. El personal que está directamente vinculado a la preparación y/o servido de los alimentos no debe manipular dinero simultáneamente.

f.. Los alimentos y bebidas expuestos para la venta deben mantenerse en vitrinas, campanas plásticas, mallas metálicas o plásticas o cualquier sistema apropiado que los proteja del ambiente exterior.

g. El servido de los alimentos deberá hacerse con utensilios (pinzas, cucharas, etc.) según sea el tipo de alimento, evitando en todo caso el contacto del alimento con las manos.

h. EL lavado de utensilios debe hacerse con agua potable corriente, jabón o detergente y cepillo, en especial las superficies donde se pican o fraccionan los alimentos, las cuales deben estar en buen estado de conservación e higiene; las superficies para el picado deben ser de material sanitario, de preferencia plástico, nylon, polietileno o teflón.

i. La limpieza y desinfección de los utensilios que tengan contacto con los alimentos se hará en tal forma y con elementos o productos que no generen ni dejen sustancias peligrosas durante su uso. Esta desinfección deberá realizarse mediante la utilización de agua caliente, vapor de agua o sustancia químicas autorizadas para este efecto.

j. Cuando los establecimientos no cuenten con agua y equipos en cantidad y calidad suficientes para el lavado y desinfección, los utensilios que se utilicen deberán ser desechables con el primer uso.

Artículo 40.- Responsabilidad. El propietario, la administración del establecimiento y el personal que labore como manipulador de alimentos, serán responsables de la higiene y la protección de los alimentos preparados y expendidos al consumidor; y estarán obligados a cumplir y hacer cumplir las prácticas higiénicas y medidas de protección establecidas en la presente ley.

Parágrafo primero. Los manipuladores de alimentos de los restaurantes y establecimientos de consumo de alimentos deben recibir capacitación sobre manipulación higiénica de alimentos, a través de cursos a cargo de la autoridad local de salud, de la misma empresa o por personas naturales o jurídicas debidamente autorizadas por la autoridad sanitaria local. Para este efecto se tendrán en cuenta el contenido de la capacitación, materiales y ayudas utilizadas, así como la idoneidad del personal docente.

Parágrafo segundo. La autoridad sanitaria competente en cumplimiento de sus actividades de vigilancia y control verificará el cumplimiento de la capacitación para los manipuladores de alimentos a que se refiere este artículo.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 General

Realizar un estudio de mercados que permita identificar la oferta, la demanda, los canales de comercialización, precio y publicidad apropiados para el posicionamiento de un nuevo concepto de restaurante de comidas rápidas en la ciudad de Bucaramanga.

2.1.2 Específicos

- ◆ Identificar la demanda hacia la cual va dirigido el nuevo restaurante de comidas rápidas a fin de determinar gustos y preferencias al momento de consumir este tipo de comidas.

- ◆ Ubicar cuales establecimientos de comidas rápidas son los más visitados, con el objeto de analizar cuales de éstos son realmente competencia para el nuevo establecimiento para de modo que se indague sobre los productos que se ofrecen, precios y calidad del servicio.

- ◆ Establecer canales de comunicación adecuados de tal manera que la relación proveedor, restaurante y cliente sea la más efectiva contribuyendo al posicionamiento de la nueva empresa.

- ◆ Identificar la ventaja diferencial del producto, de tal manera que el valor agregado sea un aporte efectivo en la atracción del cliente.

- ◆ Crear el concepto y diseño de la mezcla promocional con el fin de conocer la mejor forma de llegar al mercado objetivo de la ciudad de Bucaramanga.
- ◆ Determinar política de precios acorde a los que maneja la competencia a fin de evitar alzas o bajas en éstos que perjudiquen la imagen de la empresa.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

2.2.1 Definición, usos y especificaciones del servicio. La nueva empresa ofrecerá variedad de comida rápida, pero no sólo la conocida usualmente, sino también se pondrán a disposición otros productos, estos serán elaborados con materia prima de alta calidad, pues para los propietarios del establecimiento, prima la calidad, sin dejar a un lado el buen servicio que recibirán cada uno de los clientes, además, los niños tendrán un espacio para recrearse sanamente y en armonía con otros niños brindando a sus padres una alternativa cómoda, tranquila y segura de salir con ellos y poder brindarles diversión, conociendo que habrá para ellos alimentos mas livianos y de alimento contando igualmente con un espacio seguro evitando algunas molestias que se encuentran en las ventas ambulantes.

Dentro de los productos principales se encuentran: hamburguesas, pizza, perros, choripapas, salchipapas, pinchos entre otros.

En cuanto a los secundarios se tendría: panzerotis, empanadas, colombinas de pollo, sándwiches, churrasco entre otros.

Sin embargo la selección de la carta de comidas rápidas a ofrecer se establecerá de acuerdo a los resultados que arroje el trabajo de campo.

2.2.2 Productos sustitutos. El mercado de las comidas rápidas es una tradición milenaria, que cuenta con una demanda cada vez más creciente, debido a la urgencia del diario vivir que exige facilidad en la preparación y consumo de alimentos. Sin embargo, hay una tendencia hacia la comida sana, por lo tanto, comidas como la vegetariana y la tan nombrada comida Light son hoy por hoy de gran atracción hacia el consumidor.

Dentro de las comidas vegetarianas encontramos: ensaladas, sopas y cremas de verduras, arroz con verduras y un sin número de platos que argumentan cualquier cantidad de beneficios a la salud, en cuanto a la comida Light generalmente es la misma comida rápida, pero supuestamente con bajo contenido de azúcares, grasas y harinas a fin de evitar los tan mentados aumentos de peso en la población.

Sin embargo, el consumo de la comida vegetariana, por lo general, es más usual a la hora del almuerzo, añadido a esto es costoso mantener este tipo de tendencia a la hora de comer, por cuanto este tipo de restaurantes no son tan comunes y si es el caso de prepararlos en casa se necesita de tiempo para su elaboración.

En cuanto a la comida Light, muy de moda por cierto, si se encuentra en algunos de los establecimientos de comidas rápidas a fin de que el consumo de este tipo de comidas siga su crecimiento, sin importar las tendencias, lo que importa es la satisfacción del cliente, y mientras a éste se le ofrezca lo que él necesite su fidelidad estará garantizada.

2.2.3 Productos y/o servicios complementarios. Dentro de los productos complementarios se destacan: bebidas gaseosas, limonada, mandarinada, jugos naturales, avena, masato, malteadas, milo entre más destacadas.

2.2.4 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia. El establecimiento contará con unas instalaciones bien dotadas con un espacio para la recreación de los niños, con personal de experiencia en el manejo de las comidas rápidas y con excelentes relaciones en la atención al cliente.

El espacio para la recreación infantil constará de una piscina de bolas, la cual permitirá además de esparcimiento a los niños tranquilidad a quienes los traen, familiares o amigos.

Igualmente se cuenta con la experiencia en el manejo de comidas rápidas por cuanto la familia de la autora ha manejado este tipo de negocios lo cual garantiza la calidad tanto de los diferentes platos de comidas rápidas como del servicio.

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial. Todos los habitantes de la ciudad de Bucaramanga y su Área Metropolitana, así como los visitantes que estén en condiciones de adquirir los diferentes productos a ofrecer. Ver Anexo A y Tabla 1.

Tabla 1. Población Bucaramanga y Área Metropolitana 2006

CENSO GENERAL 2005 – RESULTADOS ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA	
Personas	1'012.331

Fuente. Censo General 2005 - Resultados Área Metropolitana de Bucaramanga. Publicado Junio 13 de 2006 [on line] http://www.dane.gov.co/files/censo2005/resultados_regiones.pdf

2.3.2 Mercado objetivo. Esta propuesta enfocará el mercado objetivo hacia todos los habitantes de los estratos cuatro, cinco y seis y sector comercial de la ciudad de Bucaramanga.

Lo anterior no implica que quien desee consumir cualquiera de las comidas rápidas a ofrecer en el nuevo establecimiento no lo pueda hacer, desde luego será un establecimiento abierto al público y sin restricción alguna, solo que por condiciones de capacidad de pago y microlocalización se determinó de esa manera.

De acuerdo a información suministrada por la Electrificadora de Santander, ver Anexo B y Tabla 2, se tiene:

Tabla 2. Numero de clientes abonados a la ESSA

CONCEPTO	NÚMERO DE CLIENTES
Estrato 4	35.591
Estrato 5	3.673
Estrato 6	6.360
Sector comercial	18.888
Total clientes abonados	64.512

Fuente. Electrificadora de Santander. Oficinas: Cra. 19 # 24-56. Bucaramanga. Febrero 3 de 2006.

La información mostrada en la tabla dos hace referencia al número de abonados que tiene la Electrificadora de Santander en estos estratos y sector comercial de la ciudad de Bucaramanga, sin embargo, es necesario establecer el número de habitantes que estos abonados representa, para

este efecto y de acuerdo al censo realizado en el 2005, se tiene que el promedio de personas por hogar para la ciudad de Bucaramanga es de 3.6, con esta información se calculará, el número de habitantes para estos estratos; con relación al sector comercial se calculará el número de personas de acuerdo a la número de personas ocupadas en este tipo de establecimientos. Ver Anexo C y Tabla 3.

Tabla 3. Número de habitantes para los estratos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga

CONCEPTO	NÚMERO DE HABITANTES
Estrato 4	128.128
Estrato 5	13.223
Estrato 6	22.896
Total	164.247

De la información suministrada en la tabla tres, hay que aclarar que este total corresponde al total de habitantes en estos estratos, es decir, incluye las personas de todas las edades.

Para efectos del estudio y de acuerdo al censo del 2005, la ciudad de Bucaramanga tiene un porcentaje aproximado del 8% del total correspondiente a niños en edades entre cero y cuatro años, población que no será tomada en cuenta al igual que la población mayor de sesenta años, la cual corresponde en promedio al mismo porcentaje contemplado en la población menor.

Es decir para efectos de la demanda potencial, el valor real por concepto de habitantes en los estratos 4, 5, y 6 será de 137.967.

Tabla 4. Número de personas que laboran en el sector comercial

CONCEPTO	TOTAL CLIENTES SECTOR COMERCIAL	%	DISTRIBUCIÓN	PROMEDIO PONDERADO # PERSONAS POR ESTABLECIMIENTO	TOTAL POBLACIÓN SECTOR COMERCIAL
De 1 a 9 personas por establecimiento	18.888	94.4%	17.830	5	89.150
De 10 a 50 personas por establecimiento		4.8%	907	30	27.210
De 51 a 100 personas por establecimiento		0.6%	113	76	8.588
Más de 200 personas por establecimientos		0.2%	38	200	7.600
Total				18.888	

Realizados los diferentes cálculos estadísticos, se tiene que la población objeto para el estudio es de 270.515 habitantes.

Tabla 5. Mercado objetivo

CONCEPTO	TOTAL POBLACIÓN
Total habitantes en los estratos 4, 5, y 6 en edades entre los 5 y 60 años para la ciudad de Bucaramanga.	137.967
Total personas ocupadas en establecimientos ubicados en la ciudad de Bucaramanga.	132.548
Total mercado objetivo	270.515

Es importante aclarar que algunas de las personas ocupadas, igualmente viven en algunos de los estratos analizados, sin embargo, este valor además de mostrar que número de la población esta económicamente activa, igual puede abarcar el concepto de población flotante, importante de cuantificar para este estudio.

2.4 LA DEMANDA

2.4.1 Investigación de mercados. Para un adecuado estudio y conocimiento del cliente es necesario profundizar en sus preferencias al momento de consumir este tipo de comidas, por lo anterior es necesario

recopilar información que ofrezca de manera objetiva una apreciación del mismo

♣ **Planteamiento del problema.** Es importante dar a conocer que la familia de la autora de esta propuesta, ha incursionado en el negocio de las comidas rápidas ambulantes, en el sector de cabecera, desde hace aproximadamente diez años. A raíz del embellecimiento realizado a su espacio público se prescindió de todos los establecimientos de comidas rápidas ambulantes que se encontraban por la vía, esta situación generó inconformismo tanto por las personas que a diario consumían este tipo de comidas en la zona como por los propietarios de estos negocios.

La familia García a través de estos años y ofreciendo productos de calidad, logró reconocimiento y una demanda constante en el mercado de las comidas rápidas, por lo tanto ante la necesidad de satisfacer un mercado ya existente nace la idea de crear un nuevo establecimiento de comidas rápidas, preferiblemente en un local de Cabecera, esto se confirmará si los resultados de la encuesta afirman que este es el lugar mayor visitado por la población objeto, que reúna la mayoría de los alimentos que allí se ofrecían: pizza, hamburguesa, perro, salchipapa y choripapa, brindando además un espacio sano para la diversión infantil y con un servicio de alta calidad en la elaboración, higiene y atención al cliente.

♣ **Necesidades de información.** A continuación se relacionará la información que se requiere para llevar a cabo la presente investigación:

• Realizar una encuesta que permita determinar aspectos tales como: aceptación y preferencia de comidas rápidas, presupuesto destinado para su

consumo, frecuencia de consumo, publicidad requerida para dar a conocer el establecimiento, sugerencias del cliente para dar valor agregado al servicio e identificar los establecimientos actuales de comidas rápidas más visitados en la ciudad de Bucaramanga.

✦ **Ficha técnica**

Tabla 6. Ficha técnica de la demanda

<p>Tipo de investigación</p>	<p>El desarrollo esta investigación es exploratoria porque la autora se ha formulado un problema, sobre el cual se tiene conocimiento previo, dado que la lucha por la permanencia de los vendedores de comida rápida en establecimientos ambulantes es algo que por este tiempo se esta tratando mucho y se encuentran varias fuentes de información las cuales permiten tener veracidad del problema y la solución que se va a dar a ello.</p> <p>Termina en investigación descriptiva al recoger datos y precisar la naturaleza de los mismos; lo cual permite describir diversas pautas de la población objeto tales como: rango de edad de la población que consume comida rápida, preferencias, presupuesto de compra, etc.</p>
<p>Método de investigación</p>	<p>Se plantea un análisis y síntesis concluyente, ya que al realizar el estudio de mercados, se hace necesario recoger información, analizar y concluir sobre los servicios de interés solicitados por los futuros usuarios.</p>
<p>Fuentes de información</p>	<p>Fuente Primaria: la encuesta. Utilizada por su alto contenido de información que acierta con los requerimientos del proyecto, pues en base a la observación anteriormente hecha del sector de Cabecera, lugar donde se ubicará el establecimiento y se dará aplicabilidad a estas encuestas se obtendrá la información requerida en cuanto al cliente, productos de mayor preferencia, frecuencia de consumo, competencia y presupuesto destinado para este tipo de comidas. Igualmente se harán entrevistas directas a personas que laboran en el sector de las comidas rápidas a fin de reforzar la información que arrojen las encuestas.</p> <p>Fuente Secundaria: revistas, internet, tesis de grado y libros entre otros.</p>

Técnicas de recolección de información	A través de una encuesta y observación directa.
Instrumento	Para implementación de la técnica de recolección de la información se desarrollo un cuestionario.
Modo de aplicación	La encuesta se realiza directamente.
Definición de población (elemento, unidad de muestreo)	La unidad de muestreo serán los habitantes de los estratos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga y personas ocupadas en establecimientos ubicados en esta misma ciudad. La encuesta irá dirigida a estos dos segmentos de la población.
Proceso de muestreo	De acuerdo a la tabla cinco, se tiene una población objeto de 270.515 habitantes, con este total poblacional se procederá a realizar el cálculo de la muestra. Para este cálculo se utilizarán los siguientes elementos y fórmula matemática: $n = \frac{N (p q) Z^2}{Z^2 (p q) + e^2 (N - 1)}$ <p>Donde: n = Muestra N = Población p = Probabilidad de aceptación q = Probabilidad de rechazo e = Error estimado Z = Nivel de confianza</p> <p>N = 270.515 personas p = 50% q = 50% e = 5% Z = 1.96 Para un nivel de confianza del 95%</p> <p>Despejando la fórmula se obtiene:</p> $n = \frac{270.515 (0.5) (0.5) (1.96)^2}{(1.96)^2 (0.5) (0,5) + (0.05)^2 (270.515 - 1)}$

	n = 383,62 n = 384 Encuestas
Marco muestral	El análisis de la demanda es un trabajo que se debe realizar sobre la base de la información obtenida tanto de fuentes primarias como de fuentes secundarias. La encuesta irá dirigida a los habitantes de los estratos 4, 5 y 6 y sector comercial de la ciudad de Bucaramanga. Ver Anexo D.
Alcance	Bucaramanga y su Área Metropolitana
Tiempo de aplicación	Un mes.

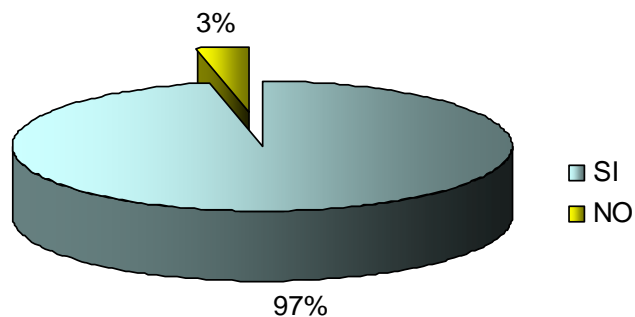
♣ **Tabulación, presentación y análisis de resultados.** A continuación se presentan los resultados arrojados en la aplicación de la encuesta dirigida a habitantes en los estratos 4, 5 y 6 y sector comercial de la ciudad de Bucaramanga.

Pregunta 1. ¿Consume comida rápida?

Tabla 7. Aceptación del consumo de comida rápida

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	371	97%
NO	13	3%
Total	384	100%

Gráfico 1. Aceptación del consumo de comida rápida.



El 97% de las personas encuestadas afirmaron el consumo de comidas rápidas. Este porcentaje equivale a 371 encuestas que serán aceptadas como las reales para este estudio.

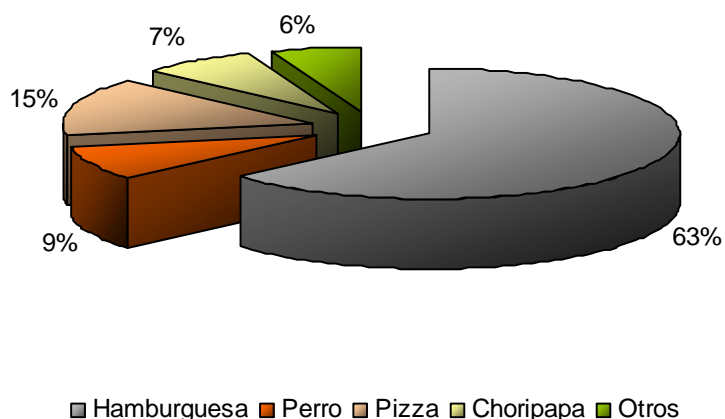
Quienes no realizan consumo de comidas rápidas sencillamente no pueden aportar información para esta propuesta. Ver tabla 7 y gráfico 1.

Pregunta 2. De los siguientes platos de comida rápida, ¿cuál prefiere?

Tabla 8. Consumo preferido al momento de comprar comida rápida

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hamburguesa	236	63%
Perro	32	9%
Pizza	54	15%
Choripapa	27	7%
Otros	22	6%
Total	371	100%

Gráfico 2. Consumo preferido al momento de comprar comida rápida



El 63% de las personas encuestadas prefieren consumir hamburguesas, el 15% pizza, el 9% perro caliente y el 7% choripapa.

La opción de otros con el 6% hace referencia a empanadas (3), pollo asado (2), pollo asado a la broaster (2), pinchos (2), salchipapa (6), quesadillas (2), arepas rellenas (3) y panzerotis (2). Ver tabla 8 y gráfico 2.

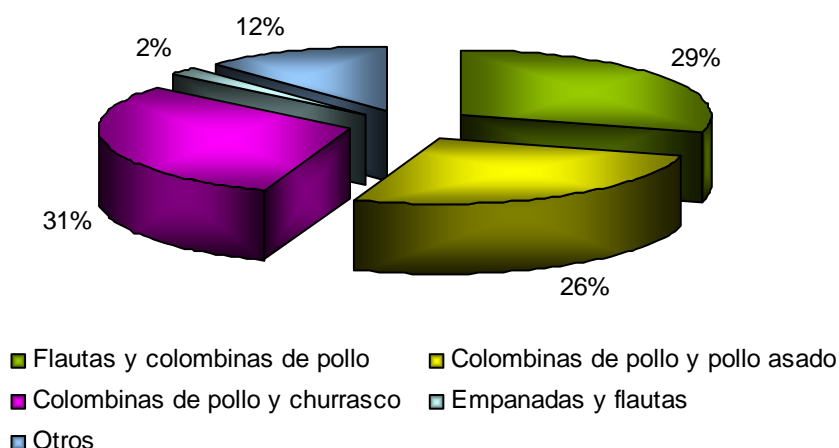
Información que establece cuales son los platos de comida rápida que deben ofrecerse en la carta del nuevo restaurante.

Pregunta 3. ¿Qué opciones le gustaría encontrar en un mismo establecimiento de comida rápida diferentes a las mencionadas anteriormente?

Tabla 9. Opciones sugeridas para la carta del establecimiento de comidas rápidas

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Flautas y colombinas de pollo	109	29%
Colombinas de pollo y pollo asado	97	26%
Colombinas de pollo y churrasco	113	31%
Empanadas y flautas	8	2%
Otros	44	12%
Total	371	100%

Gráfico 3. Opciones sugeridas para la carta del establecimiento de comidas rápidas



Dentro de las opciones de comidas rápidas adicionales que a los encuestados les gustaría encontrar en el nuevo sitio de comidas rápidas están: colombinas de pollo y churrasco con un 31%, flautas y colombinas de pollo con un 29%, colombinas de pollo y pollo asado con un 26%. Empanadas y flautas fue la de menor preferencia con un 2%.

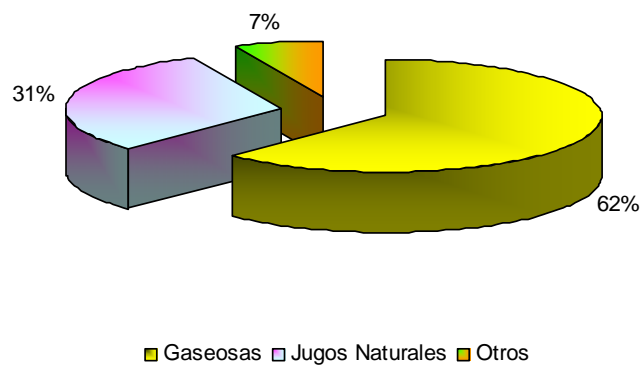
La opción de otros, con el 12%, hace referencia a: sandwich de pollo (17), carne asada (3), carne oreada (3), burritos mexicanos (2), lasaña (5), ensaladas de frutas (5) y mazorca desgranada (9). Ver tabla 9 y gráfico 3.

Pregunta 4. Con qué tipo de bebida acompaña la comida rápida?

Tabla 10. Bebida preferida para acompañar la comida rápida

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Gaseosas	232	62%
Jugos Naturales	114	31%
Otros	25	7%
Total	371	100%

Gráfico 4. Bebida preferida para acompañar la comida rápida



El 62% de las personas encuestadas consumen gaseosa como bebida preferida para acompañar la comida rápida, el 31% jugos naturales.

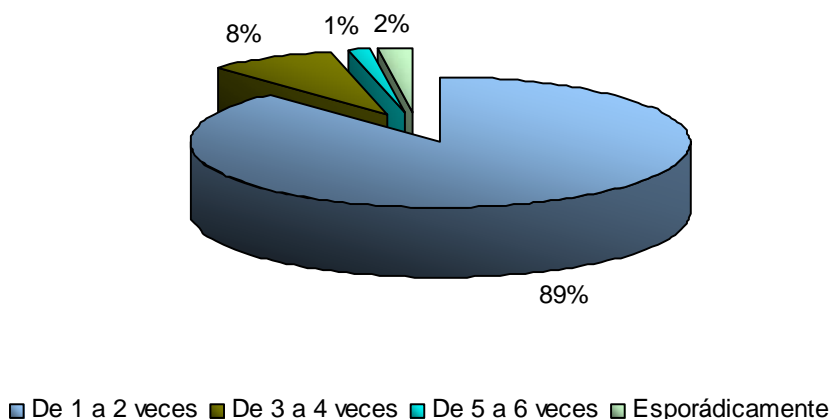
La opción de otros con el 7% hace referencia a: agua (8), cerveza (15) y malteada (2). Ver tabla 10 y gráfico 4.

Pregunta 5. Con qué frecuencia consume comida rápida. (Veces a la Semana)

Tabla 11. Frecuencia consumo semanal de comida rápida

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 2 veces	327	89%
De 3 a 4 veces	31	8%
De 5 a 6 veces	5	1%
Esporádicamente	8	2%
Total	371	100%

Gráfico 5. Frecuencia consumo de comida rápida



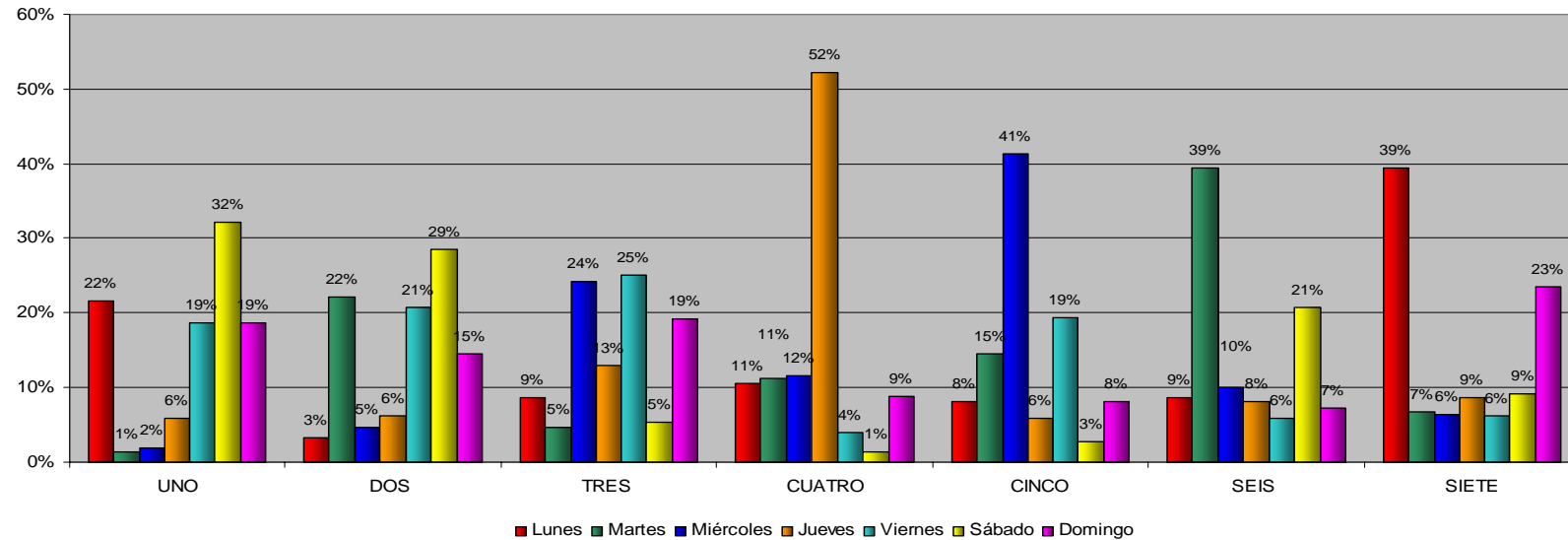
El 89% de las personas encuestadas consumen las comidas rápidas entre una y dos veces a la semana, el 8% entre tres y cuatro veces a la semana, el 1% de cinco a seis veces y el 2% realiza su consumo esporádicamente. Ver tabla 11 y gráfico 5.

Pregunta 6. Indique de mayor a menor, los días que con mayor frecuencia utiliza el servicio.

Tabla 12. Días preferidos para el consumo de comidas rápidas

CONCEPTO	F. UNO	% UNO	F. DOS	% DOS	F. TRES	% TRES	F. CUATRO	% CUATRO	F. CINCO	% CINCO	F. SEIS	% SEIS	F SIETE	% SIETE
Lunes	80	22%	12	3%	32	9%	39	11%	30	8%	32	9%	146	39%
Martes	5	1%	82	22%	17	5%	42	11%	54	15%	146	39%	25	7%
Miércoles	7	2%	17	5%	90	24%	43	12%	153	41%	37	10%	24	6%
Jueves	22	6%	23	6%	48	13%	194	52%	22	6%	30	8%	32	9%
Viernes	69	19%	77	21%	93	25%	15	4%	72	19%	22	6%	23	6%
Sábado	119	32%	106	29%	20	5%	5	1%	10	3%	77	21%	34	9%
Domingo	69	19%	54	15%	71	19%	33	9%	30	8%	27	7%	87	23%
Total	371	100%	371	100%	371	100%	371	100%	371	100%	371	100%	371	100%

Gráfico 6. Días preferidos para el consumo de comidas rápidas



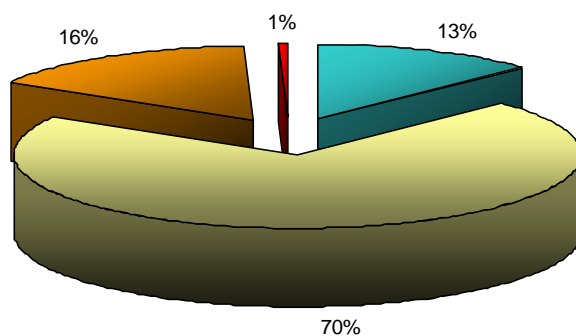
El día preferido por los encuestados para el consumo de comida rápida es el sábado, le sigue el día viernes, y en su orden el domingo, el lunes, el miércoles, el martes y el jueves. Ver tabla 12 y gráfico 6.

Pregunta 7. ¿En qué horarios suele consumir comida rápida?

Tabla 13. Horario preferido para el consumo de comida rápida

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 5 p.m. a 7 p.m	47	13%
De 7 p.m. a 9 p.m.	263	70%
De 9 p.m. a 11 p.m.	59	16%
De 11 p.m. a 2 a.m.	2	1%
Total	371	100%

Gráfico 7. Horario preferido para el consumo de comida rápida



■ De 5 p.m. a 7 p.m ■ De 7 p.m. a 9 p.m. ■ De 9 p.m. a 11 p.m. ■ De 11 p.m. a 2 a.m.

Del total de personas encuestadas el 70% realiza su consumo de comida rápida en un horario de siete a nueve de la noche, el 16% entre las nueve y las once de la noche, el 13% entre las cinco y las siete de la noche.

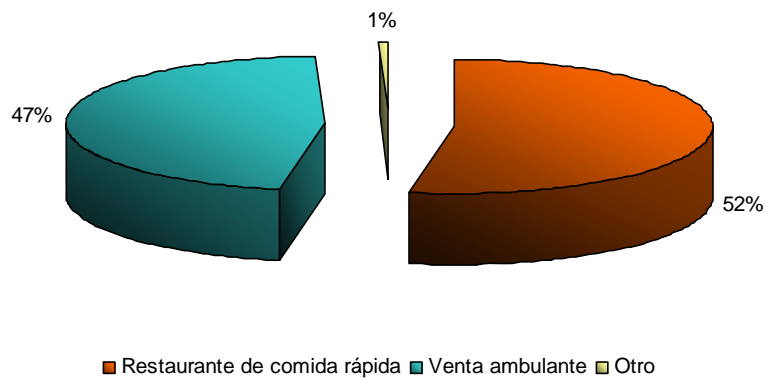
El menor horario de consumo es entre las once de la noche y las dos de la mañana con un 1%. Ver tabla 13 y gráfico 7.

Pregunta 8. Su consumo lo realiza normalmente en que tipo de establecimiento, ¿porqué?

Tabla 14. Sitio donde consume la comida rápida

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Restaurante de comida rápida	196	52%
Venta ambulante	173	47%
Otro	2	1%
Total	371	100%

Gráfico 8. Sitio donde consume la comida rápida



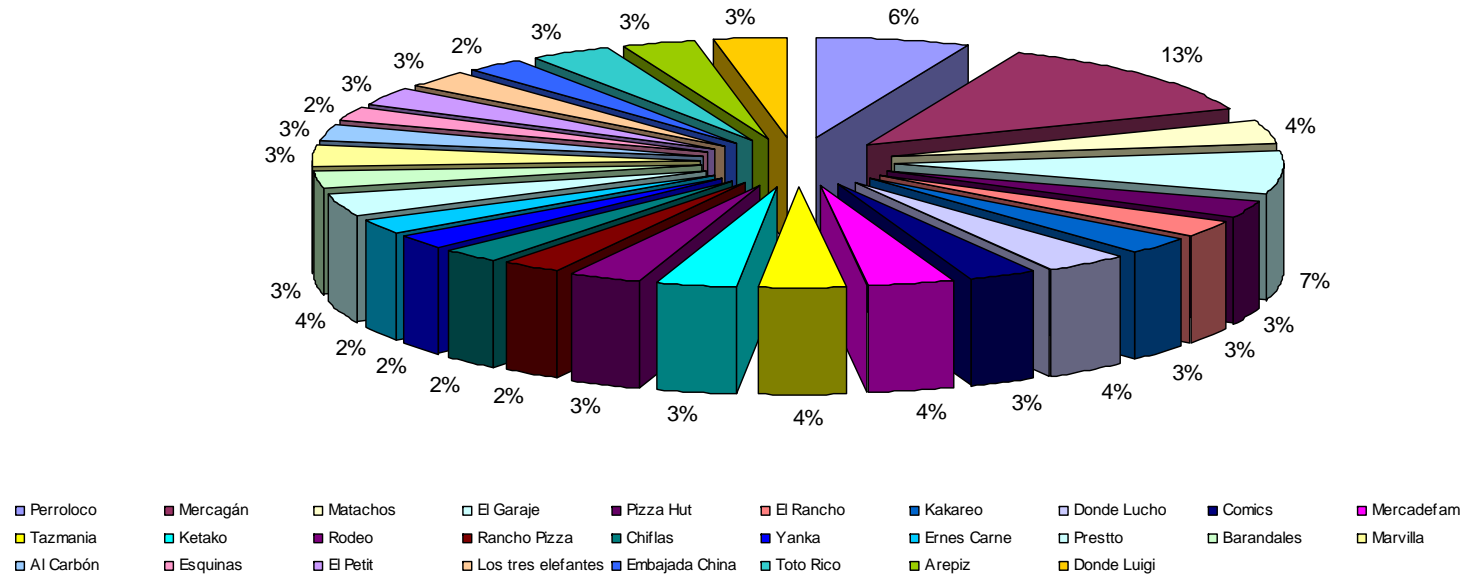
El 52% de las personas encuestadas acostumbran a realizar su consumo en restaurantes de comida rápida, el 47% en ventas ambulantes.

La opción de otro con el 1% hace referencia a comida rápida preparada en casa. Ver tabla 14 y gráfico 8.

Tabla 15. Restaurantes visitados de comidas rápidas

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Perroloco	14	7%
Mercagán	32	16%
Matachos	7	4%
El Garaje	16	8%
Pizza Hut	5	3%
El Rancho	5	3%
Kakareo	5	3%
Donde Lucho	7	4%
Comics	5	3%
Mercadefam	7	4%
Tazmania	7	4%
Ketako	6	3%
Rodeo	6	3%
Rancho Pizza	4	2%
Chiflas	4	2%
Yanka	4	2%
Ernes Carne	4	2%
Prestto	7	4%
Barandales	5	3%
Marvilla	6	3%
Al Carbón	5	3%
Esquinas	4	2%
El Petit	5	3%
Los tres elefantes	5	3%
Embajada China	4	2%
Toto Rico	6	3%
Arepiz	6	3%
Donde Luigi	5	3%
Total	196	100%

Gráfico 9. Restaurantes visitados de comidas rápidas



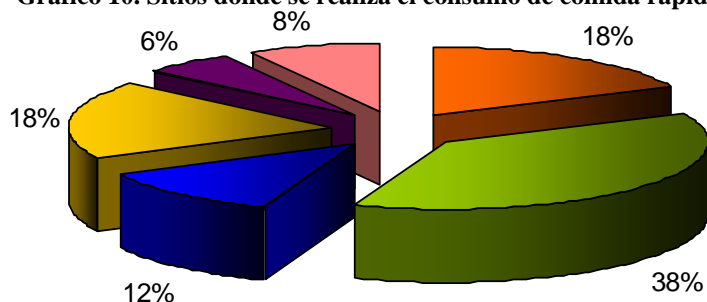
El restaurante de comidas rápidas más visitado por los encuestados es Mercagán, siguen dentro de los principales, El Garaje, Perroloco, Matachos, Donde lucho, Mercadefam, Tazmania y Presto.

Otros sitios visitados son: Arepiz, Donde Luigi, Toto Rico, Los tres elefantes, El Pétit, al Carbón, Marvilla, Barandales, Rodeo, Ketaco, Comics, Kakareo, El Rancho, Pizza Hut, Rancho Pizza, Chiflas, Yanka, Ernes Carnes, Esquinas y embajada China. Ver tabla 15 y gráfico 9.

Tabla 16. Sitios donde se realiza el consumo de comida rápida ambulante

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cañaveral	31	18%
Cabecera	65	38%
Florida	21	12%
Real de minas	32	18%
Sotomayor	10	6%
Centro	14	8%
Total	173	100%

Gráfico 10. Sitios donde se realiza el consumo de comida rápida ambulante



■ Cañaveral ■ Cabecera ■ Florida ■ Real de minas ■ Sotomayor ■ Centro

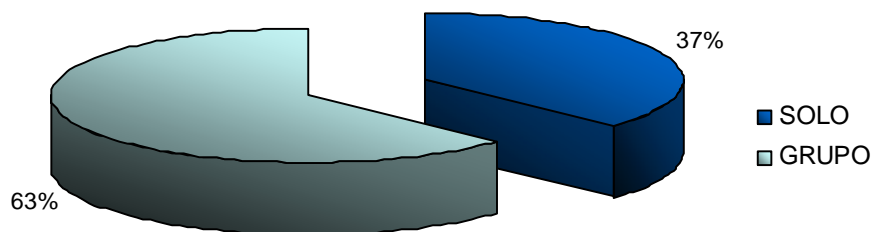
Dentro de las personas que acuden a realizar el consumo de comidas rápidas en ventas ambulantes lo realizan principalmente en los sectores de Cabecera, Real de Minas, Cañaveral, Florida y Centro. Ver tabla 16 y gráfico 10.

Pregunta 9. Generalmente asiste a este lugar

Tabla 17. Asistencia al lugar de comida rápida

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SOLO	137	37%
GRUPO	234	63%
Total	371	100%

Gráfico 11. Asistencia al lugar de comida rápida

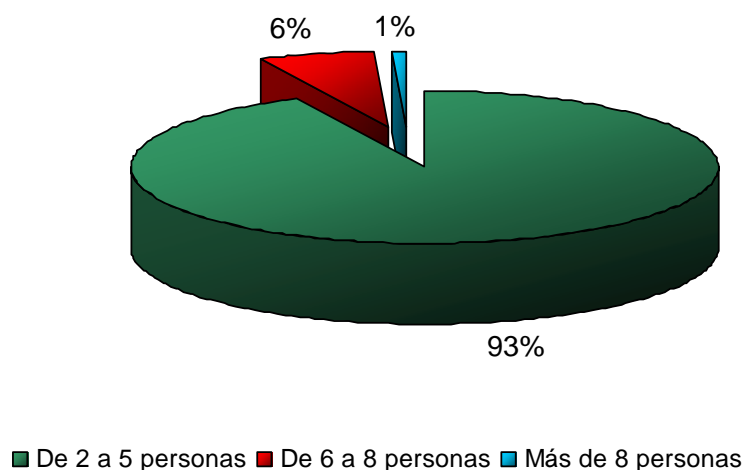


El 63% de los encuestados acostumbran a realizar su consumo de comida rápida en grupo, el 37% lo realiza solo. Ver tabla 17 y gráfico 11.

Tabla 18. Número de personas con las cuales usualmente consume la comida rápida

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 2 a 5 personas	217	93%
De 6 a 8 personas	15	6%
Más de 8 personas	2	1%
Total	234	100%

Gráfico 12. Número de personas con las cuales usualmente consume la comida rápida



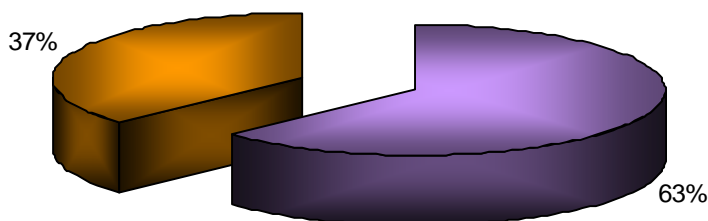
De las personas encuestadas que acuden a realizar el consumo de comida rápida en grupo el 93% lo hacen en grupos de dos a cinco personas, el 6% de seis a ocho personas y el 1% en grupos de más de ocho personas. Ver tabla 18 y gráfico 12.

Pregunta 10. Al momento de decidir el consumo de comida rápida, prefiere:

Tabla 19. Lugar de consumo de la comida rápida

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Consumen en el lugar	234	63%
Llevan a otro sitio	137	37%
Total	371	100%

Gráfico 13. Lugar de consumo de la comida rápida



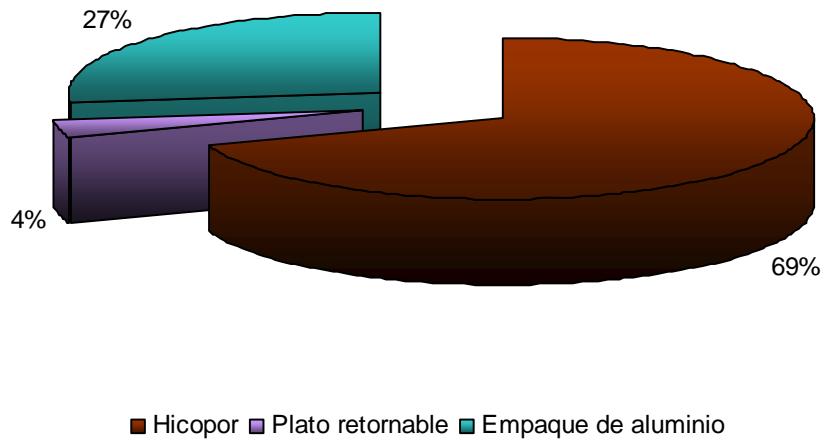
■ Consumen en el lugar ■ Llevan a otro sitio

El 63% de los encuestados prefieren consumir la comida rápida en el mismo lugar de compra, el 37% la llevan a otro sitio. Ver tabla 19 y gráfico 13.

Tabla 20. Empaque preferido para almacenar la comida rápida

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hicopor	95	69%
Plato retornable	5	4%
Empaque de aluminio	37	27%
Total	137	100%

Gráfico 14. Empaque preferido para almacenar la comida rápida



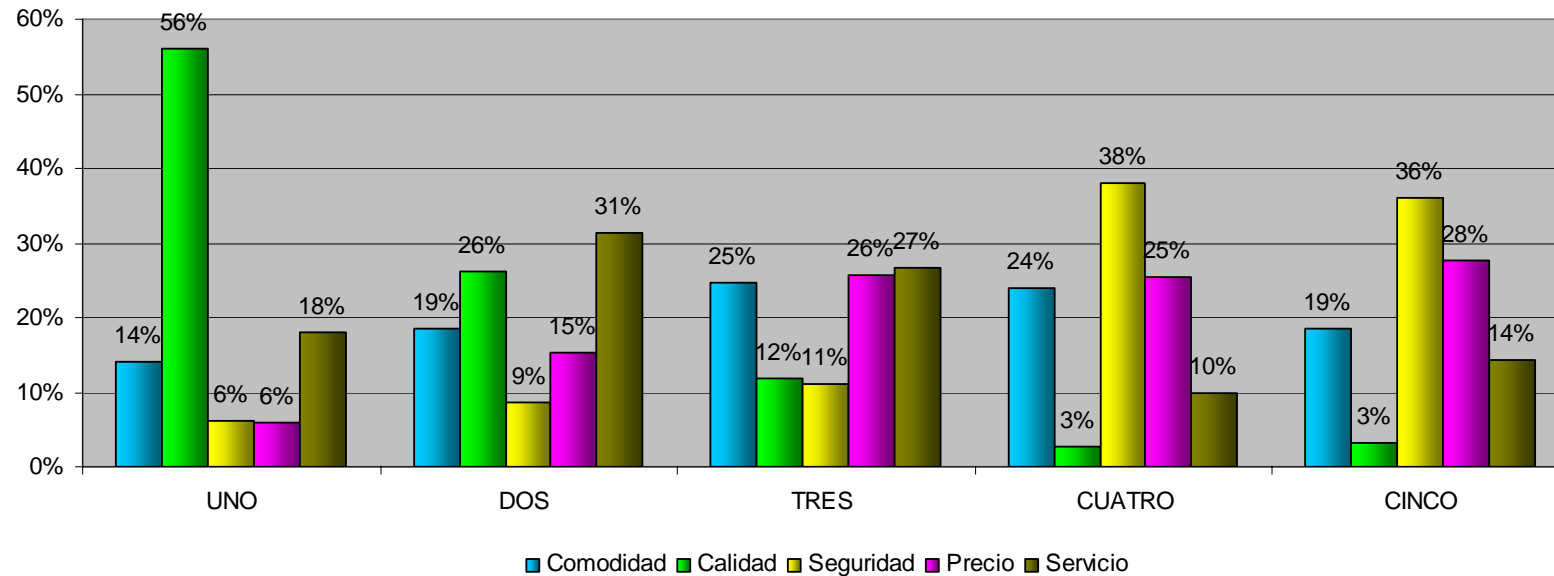
El 69% de los encuestados prefieren que la comida rápida sea empacada en hicopor, el 27% en empaque de aluminio y el 4% en plato retornable. Ver tabla 20 y gráfico 14.

Pregunta 11. En orden de importancia de 1 a 5 donde 1, es el mayor valor, clasifique las características que desea encontrar en un establecimiento de comida rápida.

Tabla 21. Característica que determina el sitio donde consume la comida rápida

CONCEPTO	F. UNO	% UNO	F. DOS	% DOS	F. TRES	% TRES	F. CUATRO	% CUATRO	F. CINCO	% CINCO
Comodidad	52	14%	69	19%	92	25%	89	24%	69	19%
Calidad	208	56%	97	26%	44	12%	10	3%	12	3%
Seguridad	23	6%	32	9%	41	11%	141	38%	134	36%
Precio	22	6%	57	15%	95	26%	94	25%	103	28%
Servicio	66	18%	116	31%	99	27%	37	10%	53	14%
Total	371	100%	371	100%	371	100%	371	100%	371	100%

Gráfico 15. Característica que determina el sitio donde consume la comida rápida



La característica principal que incide al momento de escoger sitio para consumo de comida rápida es la calidad, le sigue el servicio, comodidad, precio y seguridad.

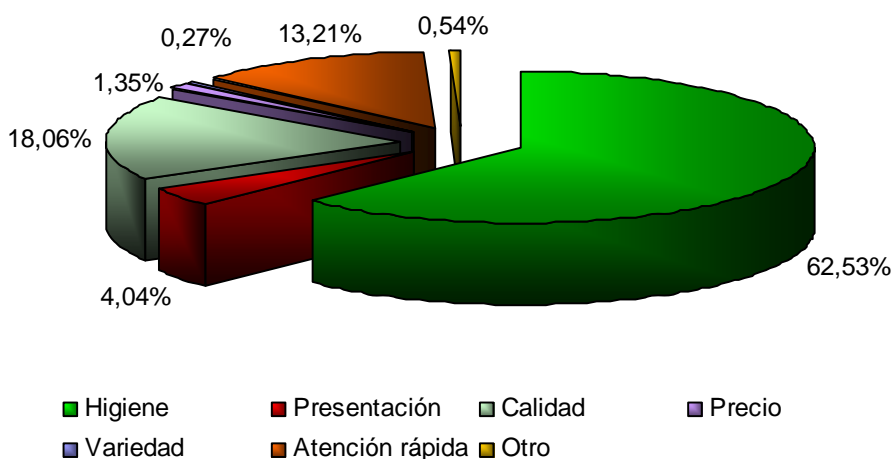
Es importante observar que el precio no es precisamente el factor decisivo, sino la calidad y el servicio que se ofrezca. Ver tabla 21 y gráfico 15.

Pregunta 12. Cual es el factor que más influencia tiene en su decisión al momento de comprar

Tabla 22. Factor principal al momento de decidir compra de comida rápida

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Higiene	232	62,53%
Presentación	15	4,04%
Calidad	67	18,06%
Precio	5	1,35%
Variedad	1	0,27%
Atención rápida	49	13,21%
Otro	2	0,54%
Total	371	100%

Gráfico 16. Factor principal al momento de decidir compra de comida rápida



El factor que más influencia tiene al momento de decidir la compra de comida rápida es la higiene, le sigue calidad y atención rápida.

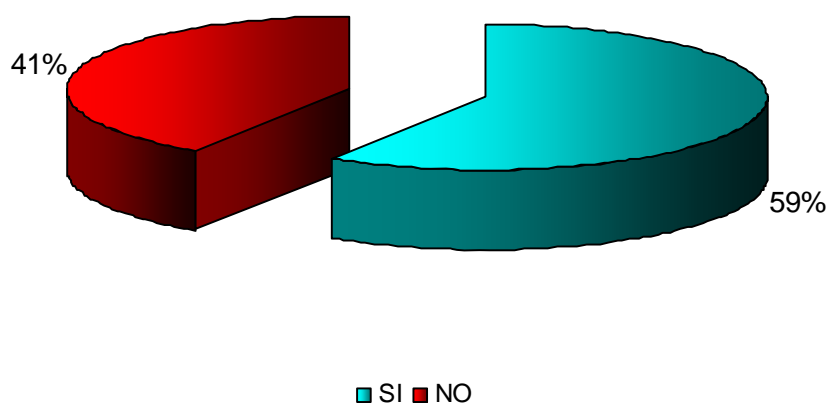
La opción de otro hace referencia a buen sabor (2). Ver tabla 22 y gráfico 16.

Pregunta 13. Encuentra agradable un establecimiento con espacio para recreación infantil.

Tabla 23. Aceptación de la nueva empresa

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	220	59%
NO	151	41%
Total	371	100%

Gráfico 17. Aceptación de la nueva empresa



El 59% de las personas encuestadas consideran agradable un establecimiento de comida rápida con espacio para la recreación infantil.

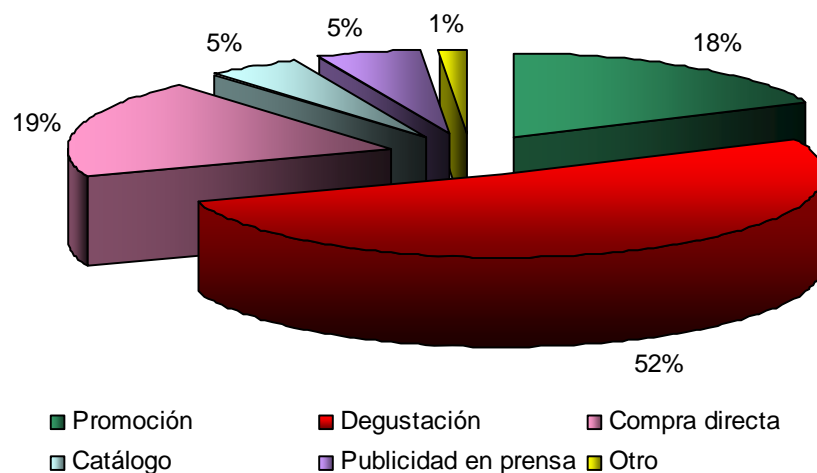
Este porcentaje debe tenerse en cuenta para la estimación de la demanda a cubrir por la nueva empresa. Ver tabla 23 y gráfico 17.

Pregunta 14. Como le gustaría conocer los productos del nuevo restaurante.

Tabla 24. Publicidad preferida para dar a conocer la nueva empresa

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Promoción	67	18%
Degustación	191	52%
Compra directa	71	19%
Catálogo	17	5%
Publicidad en prensa	20	5%
Otro	5	1%
Total	371	100%

Gráfico 18. Publicidad preferida para dar a conocer la nueva empresa



La publicidad preferida para dar a conocer la nueva empresa es la degustación con el 52%, le sigue la compra directa y la promoción.

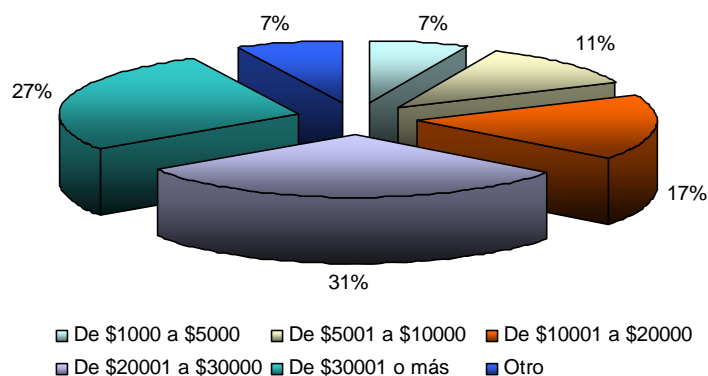
La opción de otro hace referencia a inauguración (2) y recomendación (3). Ver tabla 24 y gráfico 18.

Pregunta 15. Cuánto destina de su presupuesto en el mes para este tipo de comidas

Tabla 25. Presupuesto mensual destinado para el consumo de comida rápida

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$1000 a \$5000	25	7%
De \$5001 a \$10000	42	11%
De \$10001 a \$20000	64	17%
De \$20001 a \$30000	112	31%
De \$30001 o más	101	27%
Otro	27	7%
Total	371	100%

Gráfico 19. Presupuesto mensual destinado para el consumo de comida rápida



Se observa que la gran mayoría de los encuestados disponen de por lo menos \$10.000 de su presupuesto para el consumo de comida rápida.

El rango de mayor frecuencia fue de \$20.001 a \$30.000 con el 31%, seguido del rango de \$30.000 o más con el 27% y con el 17% el rango comprendido entre \$10.001 y \$20.000.

La opción de otro hace referencia a presupuestos de \$50.000 (2), \$60.000 (3), \$70.000 (5), \$80.000 (3), \$100.000 (11) y \$150.000 (3). Ver tabla 24 y gráfico 19.

Tabla 26. Cálculo promedio presupuesto mensual destinado para el consumo de comida rápida

CONCEPTO	Promedio (x _i) /mes	Frecuencia (f _i)	x _i *f _i
De \$1000 a \$5000	3.000	25	75.000
De \$5001 a \$10000	7.500	42	315.000
De \$10001 a \$20000	15.000	64	960.000
De \$20001 a \$30000	25.000	112	2.800.000
De \$30001 o más	30.000	101	3.030.000
Otro	90.000	27	2.430.000
Total		371	9.610.000

$$\frac{\sum_{i=1}^n (x_i * f_i)}{n} = \frac{9610000}{371} = 25902.96$$

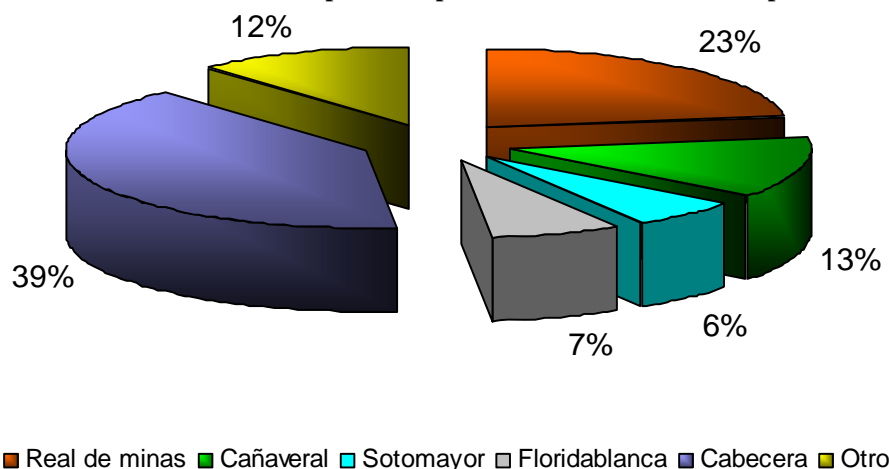
Es decir el promedio mensual de dinero destinado por los encuestados para el consumo de comida rápida es de \$26.000 aproximadamente.

Pregunta 16. En que sector de la ciudad prefiere hacer el consumo de comida rápida.

Tabla 27. Sector de la ciudad preferido para el consumo de comida rápida

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Real de minas	85	23%
Cañaveral	47	13%
Sotomayor	22	6%
Floridablanca	25	7%
Cabecera	149	39%
Otro	43	12%
Total	371	100%

Gráfico 20. Sector de la ciudad preferido para el consumo de comida rápida



Del total de encuestados el 39% prefieren realizar el consumo de comida rápida en el sector de cabecera, el 23% en Real de Minas, el 13% en Cañaverál, el 7% en Floridablanca y el 6% en Sotomayor.

La opción de otro hace referencia a: Estadio (8), UIS (7), San Alonso (2), Diamante (2), Centro (10), Provenza (7), El Bosque (2), Piedecuesta (2) y UCC (3). Ver tabla 26 y gráfico 20.

♣ **Conclusiones resultados de la encuesta**

- ◆ El 97% de las personas encuestados consumen comidas rápidas
- ◆ Las comidas rápidas favoritas son en su orden: hamburguesa, pizza y perro.
- ◆ Dentro de la carta de comidas igualmente desean encontrar: colombinas de pollo, churrasco, flautas y pollo asado.
- ◆ La bebida más utilizada para acompañar la comida rápida es la gaseosa.
- ◆ La mayoría de los encuestados realizan el consumo de comidas rápidas entre una y dos veces a la semana.

- ◆ Los días de mayor consumo de comida rápida son los fines de semana; se observa que el lunes también presenta una demanda considerable, razón que se justifica en el hecho de los días festivos.
- ◆ El horario de preferencia para el consumo de la comida rápida es entre las 7:00 p.m. y las 9:00 p.m.
- ◆ El lugar de mayor preferencia para el consumo de comidas rápidas es el restaurante.
- ◆ El restaurante de mayor preferencia en la ciudad es Mercagán, le sigue: El Garaje, Perroloco, Prestto, Mercadefam, Donde Lucho y Matachos.
- ◆ Quienes compran comidas rápidas en ventas ambulantes acuden normalmente al sector de Cabecera, siguen en su orden: Real de Minas, Cañaveral y Florida.
- ◆ La mayoría acuden a realizar el consumo en el sitio donde lo compran y en grupos de dos a cinco personas.
- ◆ El empaque preferido para guardar la comida rápida es el hicopor.
- ◆ La característica preferida para decidir la compra es la calidad.
- ◆ El factor que tiene más influencia es la higiene.
- ◆ El 59% aceptan un nuevo lugar de comidas rápidas con espacio para la recreación infantil.
- ◆ La mejor manera de captar clientes es a través de degustaciones.
- ◆ La mayoría de los encuestados cuentan con un presupuesto mensual entre \$20001 y \$30000.
- ◆ El sitio de mayor preferencia para realizar el consumo de comida rápida es Cabecera, le siguen: Real de Minas, Cañaveral y Floridablanca.

2.4.2 Estimación de la demanda. De acuerdo a la población considerada para el estudio y analizando tanto los resultados arrojados en la encuesta como la determinación de cuales de los platos sugeridos se pondrán a la venta se procederá a realizar el cálculo de la demanda.

Tabla 28. Estimación de la demanda. Número de personas que demandan el consumo de comidas rápidas.

CONCEPTO	TOTAL
Total mercado objetivo	270.515
% que demanda consumo de comida rápida	97%
Numero de personas que consumen comidas rápidas	262.400

El porcentaje estimado que demanda el consumo de comida rápida fue obtenido de la pregunta uno. Ver tabla 7.

Con este porcentaje y de acuerdo al número de encuestados que aceptaron el montaje de un restaurante de comida rápida con espacio para la recreación infantil, ver tabla 23, se calcula el número de personas que asistirán a este nuevo negocio.

Tabla 29. Estimación de la demanda. Total personas que asistirán al nuevo negocio

CONCEPTO	TOTAL
Número de personas que consumen comidas rápidas	262.400
% que acepta el montaje de un restaurante de comida rápida con espacio para la recreación infantil	59%
Número de personas que asistirían al nuevo establecimiento de comida rápida con espacio para la recreación infantil	155.601

La pregunta dieciséis, ver tabla 27, muestra el porcentaje de las personas que realizan el consumo de comidas rápidas en el sector de cabecera de Llano.

Con esta información y de acuerdo a la población objeto se calculara el total de personas de los estratos 4, 5, 6 y sector comercial que acuden a este sector a consumir estas comidas.

Tabla 30. Estimación de la demanda.

CONCEPTO	TOTAL
Número de personas que asistirían al nuevo establecimiento de comida rápida con espacio para la recreación infantil	155.601
% de personas que realizan el consumo de comida rápida en el sector de cabecera	39%
Número de personas que realizan el consumo de comidas rápidas en el sector de cabecera	62.492

A continuación se determinará el número de personas que acuden preferiblemente a consumir la comida rápida en restaurantes, información suministrada por la pregunta ocho, ver tabla 14.

Tabla 31. Estimación de la demanda. Preferencia de consumo en restaurantes

CONCEPTO	TOTAL
Número de personas que asistirían al nuevo establecimiento de comida rápida con espacio para la recreación infantil	62.492
% de personas que realizan el consumo de comida rápida en restaurantes	52%
Número de personas que realizan el consumo de comidas rápidas en restaurantes de cabecera	33.015

De acuerdo a la información suministrada por la pregunta nueve, ver tabla 17, se distribuye el número de personas que acuden solas o en grupos a consumir la comida rápida.

Tabla 32. Estimación de la demanda. Asistencia al lugar de comida rápida

CONCEPTO	%	# PERSONAS
Personas que acuden solas a realizar el consumo de comidas rápidas en el sector de Cabecera	37%	12.191
Personas que acuden acompañadas a realizar el consumo de comidas rápidas en el sector de Cabecera	63%	20.823
Total	100%	33.015

La tabla 18, muestra la distribución del número de personas que acuden en grupo a realizar el consumo de comidas rápidas.

Con esta información se calculará el promedio de personas que acuden en grupo a realizar el consumo de estas comidas de acuerdo a la población objeto. Ver tabla 33.

Tabla 33. Estimación de la demanda. Grupos de personas con las cuales asiste normalmente a los sitios de comidas rápidas

CONCEPTO	Porcentaje	Promedio (x_i)	Frecuencia (f_i)	$x_i * f_i$
De 2 a 5 personas	93%	4	19.310	77.242
De 6 a 8 personas	6%	7	1.335	9.344
Más de 8 personas	1%	9	178	1.602
Total	100%		20.823	88.187

Con la información suministrada en las tablas 32 y 33 se totaliza el número de personas que acuden a realizar consumo de comidas rápidas en el sector de cabecera, específicamente en restaurantes. Ver tabla 34.

Tabla 34. Estimación de la demanda. Total personas que acuden a restaurantes de comidas rápidas ubicados en el sector de Cabecera de Llano

CONCEPTO	# TOTAL DE PERSONAS
Total personas que acuden solas a realizar el consumo de comidas rápidas	12.191
Total personas que acuden en grupos a realizar el consumo de comidas rápidas	88.187
Total	100.379

Para la estimación de la demanda, es necesario determinar la cantidad de platos de comidas rápidas que el mercado objetivo solicita en el año, para ello y con la información suministrada por la pregunta cinco, ver tabla 11, se establecen las cantidades de platos de comidas rápidas que se requieren

para los restaurantes de comidas rápidas ubicados en el sector de Cabecera de Llano.

Tabla 35. Estimación de la demanda. Frecuencia de consumo platos de comidas rápidas al año.

CONCEPTO	Porcentaje	# Semanas /año	Promedio (x _i)/ semana	Frecuencia (f _i)	x _i *f _i
De 1 a 2 veces	88%	52	1,0	88.474	4.600.645
De 3 a 4 veces	8%	52	3,0	8.387	1.308.440
De 5 a 6 veces	1%	52	5,0	1.353	351.731
Esporádicamente	2%	52	0,5	2.165	56.277
Total				100.379	6.317.094

De acuerdo a las preguntas dos a la cuatro, ver tablas 8 a la 10, se establecerán los platos y las bebidas que se pondrán a la venta en la nueva empresa.

Tabla 36. Estimación de la demanda. Distribución cantidad anual de platos de comida rápida

COMIDAS RÁPIDAS	% PARTICIPACIÓN	TOTAL PLATOS/AÑO
Hamburguesa	32%	2.021.470
Pizza	15%	947.564
Perro	9%	568.538
Choripapa	7%	442.197
Salchipapa	7%	442.197
Churrasco	6%	379.026
Colombinas de pollo	6%	379.026
Flautas	6%	379.026
Sandwich de pollo	6%	379.026
Mazorca desgranada	6%	379.026
TOTAL	100%	6.317.094

Tabla 37. Estimación de la demanda. Distribución cantidad anual de bebidas

BEBIDAS	% PARTICIPACIÓN	TOTAL BEBIDAS/AÑO
Gaseosa	62%	3.916.598
Cerveza	10%	631.709
Limonada de panela	10%	631.709
Naranjada	10%	631.709
Agua	8%	505.368
TOTAL	100%	6.317.094

2.4.3 Evolución histórica de la demanda servicio. Para determinar la evolución histórica de la demanda del servicio de comidas rápidas para el sector de cabecera se analizaron los siguientes parámetros:

- **Número de habitantes en Bucaramanga durante los años 2002 al 2006.**

Tabla 38. Número de habitantes Bucaramanga. Años 2002 al 2006

AÑO	HABITANTES BUCARAMANGA
AÑO 2002	543.736 *
AÑO 2003	553.046 *
AÑO 2004	562.340 *
AÑO 2005	571.458 *
AÑO 2006	568.522 **

Fuente.*Sistema de consulta proyecciones de población. [on line] http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&task=category§ionid=23&id=185&Itemid=383#
 **Boletín. Censo General 2005. Perfil Bucaramanga, Santander [on line] <http://www.dane.gov.co/files/censo2005/santander/bucaramanga.pdf>

- **Cálculo de la población objeto para los últimos cinco años.** De acuerdo al cálculo realizado para el mercado objetivo, el cual se estimó en 270.515 personas, ver tabla 5, y conforme al número de habitantes de Bucaramanga para el año 2006, se observa que el 47.58% de esta población, equivale a este mercado.

Este porcentaje será tenido en cuenta para el cálculo de la población objeto de los cinco años anteriores.

Tabla 39. Mercado objetivo. Años 2002-2006

CONCEPTO	# HABITANTES	POBLACIÓN OBJETO
AÑO 2002	543.736*	258.721
AÑO 2003	553.046*	263.151
AÑO 2004	562.340 *	267.573
AÑO 2005	571.458*	271.912
AÑO 2006	568.522**	270.515

Fuente.*Sistema de consulta proyecciones de población. [on line] http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&task=category§ionid=23&id=185&Itemid=383#

**Boletín. Censo General 2005. Perfil Bucaramanga, Santander [on line] <http://www.dane.gov.co/files/censo2005/santander/bucaramanga.pdf>

• **Cantidad de platos de comidas rápidas.** De acuerdo a la información suministrada por la tabla 35, en donde se establecen las cantidades de platos de comidas rápidas demandadas por quienes acuden a consumir comidas rápidas en restaurantes ubicados en el sector de Cabecera de Llano, se calculan el número de platos para los cuatro años anteriores. Ver tabla 40. Esta información será tomada como evolución histórica de la demanda; lo anterior se recalca que hace referencia al sector de Cabecera de Llano.

El cálculo se realiza con una regla de tres, es decir, con la información suministrada por de las tablas 35 y 39. Ver tabla 40.

Tabla 40. Cantidad platos de comidas rápidas. Años 2002-2006

CONCEPTO	PLATOS DE COMIDAS RÁPIDAS
AÑO 2002	6.041.686
AÑO 2003	6.145.134
AÑO 2004	6.248.403
AÑO 2005	6.349.718
AÑO 2006	6.317.094

2.4.4 Proyección de la demanda. Con base en la información suministrada en la tabla 39 y utilizando el método de series cronológicas se procederá a calcular el número de platos y bebidas de comidas rápidas que demandará el mercado en los próximos cinco años.

El objetivo de las series cronológicas es hacer estimaciones futuras a partir de datos regulados a través del tiempo.

A este respecto intervienen dos variables:

Y= Variable dependiente = número de platos de comidas rápidas que demandará el mercado en restaurantes ubicados en el sector de Cabecera de Llano.

X = Variable independiente = número de años

Las estimaciones se deben hacer a corto plazo (máximo cinco años) bajo el supuesto de que las condiciones de la serie se mantienen iguales en el futuro.

Para efectos del tipo de ajuste a realizar en estas series cronológicas será en forma rectilínea:

$$Y = A+BX$$

Donde:

A = valor de Y cuando X = 0. Es el corte de la recta con el eje y.

B = pendiente de la recta. Corresponde a la tasa de crecimiento (+) o de decrecimiento (-) por año.

r = desviación estándar, término estadístico que mide la desviación de los datos de una muestra. La desviación estándar de un grupo repetido de medidas nos da la precisión de éstas. Valores entre -0.8 y 0.8 muestran una alta precisión.

Número de platos de comidas rápidas

$$A = 6069327$$

$$B = 75540$$

$$r = 0.94$$

Para el año 2007:

$$Y_{2007} = 6069327 + 75540 (5)$$

$$Y_{2007} = 6'447.027 \text{ platos de comidas rápidas}$$

Para el año 2008

$$Y_{2008} = 6069327 + 75540 (6)$$

$$Y_{2008} = 6'522.567 \sim \text{platos de comidas rápidas}$$

Para el año 2009:

$$Y_{2009} = 6069327 + 75540 (7)$$

$$Y_{2009} = 6'598.107 \text{ platos de comidas rápidas}$$

Para el año 2010:

$$Y_{2010} = 6069327 + 75540 (8)$$

$$Y_{2010} = 6'673.647 \text{ platos de comidas rápidas}$$

Para el año 2011:

$$Y_{2011} = 6069327 + 75540 (9)$$

$$Y_{2011} = 6'749.187 \text{ platos de comidas rápidas}$$

Tabla 41. Proyección de la demanda. Número de platos de comidas rápidas de acuerdo al método series cronológicas.

AÑO	NÚMERO DE PLATOS DE COMIDAS RÁPIDAS
2007	6'447.027
2008	6'522.567
2009	6'598.107
2010	6'673.647
2011	6'749.187

2.5 LA OFERTA

2.5.1 Necesidades de información. Determinar la oferta real de todos los restaurantes ubicados en el sector de Cabecera de Llano, es imposible. Sin embargo de acuerdo a la información suministrada por la pregunta trece, ver tabla 23, se determinará este número.

Igualmente es valiosa la información suministrada por el periódico Vanguardia Liberal¹¹, en donde se confirma que alrededor de 322 restaurantes de comidas rápidas ambulantes han sido sellados por incumplimiento de normas sanitarias.

Esto igualmente aumenta la demanda insatisfecha y favorece la creación de este nuevo establecimiento de comidas rápidas.

¹¹ PEÑA JAIMES, Katerine. 20% de las comidas rápidas no cumplen normas sanitarias. Vanguardia Liberal. Marzo 16 de 2006. [on line] <http://www.rgs.gov.co/noticias.shtml?x=9621>

2.5.2 Ficha técnica.

Tabla 42. Ficha técnica análisis de la oferta

FICHA TÉCNICA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	
Tipo de investigación	Será de tipo exploratorio para recolectar la información referente al número de establecimientos que ofrecen este tipo de comidas en el sector de Cabecera de Llano. Además, se requiere de una investigación descriptiva, de acuerdo al tipo de medición empleado: encuesta.
Método de investigación	Se plantea un análisis y síntesis concluyente, ya que al realizar tanto la encuesta como las averiguaciones en los directorios telefónicos de los años 2002 al 2006 y Cámara de Comercio de Bucaramanga ¹² , se hace necesario recoger información, analizar y concluir sobre el servicio de comidas rápidas que se presta actualmente en el sector analizado.
Fuentes de información	Primarias. Se tomará parte de la información suministrada en la encuesta, a fin de determinar, los negocios de mayor reconocimiento por la población objeto y la ubicación de éstos.
Técnicas de recolección de información	Se realizará a través de la encuesta y de observación directa; para identificar las comidas rápidas que ofrecen los principales restaurantes ubicados en el sector de Cabecera de Llano.
Instrumento	Encuesta y consulta a directorios telefónicos de la ciudad de Bucaramanga durante los años 2002-2006, visita centro de Información Cámara de Comercio de Bucaramanga.
Modo de aplicación	Directo.
Alcance	La cobertura geográfica de la oferta irá dirigida a los establecimientos de comidas rápidas ubicados en el sector de Cabecera de Llano de la ciudad de Bucaramanga.
Tiempo de aplicación	El tiempo de aplicación se estima en 10 días calendario.

2.5.3 Tabulación y presentación de resultados de la oferta. Para determinar el número de establecimientos que a través de los cinco años anteriores, incluido el año 2006, se han dedicado a la venta de comidas

¹² CAMACHO, Natalia. Auxiliar Centro de Documentación. Cámara de Comercio de Bucaramanga. Número de restaurantes inscritos. Junio de 2006.

rápidas en la ciudad de Bucaramanga se realizaron dos averiguaciones: la primera fue determinar que número de empresas han publicitado en páginas amarillas durante los años 2002 al 2006 y la segunda fue consultar en la Cámara de Comercio de Bucaramanga, el número de empresas que aparecen registradas bajo la modalidad de expendio de comidas en restaurantes, dentro de la cual se encuentran los restaurantes de comidas rápidas.

Tabla 43. Información de la oferta. Número de empresas de comidas rápidas publicitadas en las páginas amarillas del directorio de Bucaramanga durante los años 2002 al 2006

CONCEPTO	CANTIDAD DIRECTORIO TELEFÓNICO
Restaurantes comidas rápidas año 2002	106
Restaurantes comidas rápidas año 2003	115
Restaurantes comidas rápidas año 2004	112
Restaurantes comidas rápidas año 2005	128
Restaurantes comidas rápidas año 2006	83

Fuente. Directorio telefónico Bucaramanga. Años 2002 al 2006.

Actualmente, según información de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, se encuentran registrados 792 expendios de comida en restaurante¹³, y según información del Directorio telefónico de Bucaramanga la clasificación de estos restaurantes es como aparece a continuación:

Tabla 44. Distribución de los expendios de comida en restaurantes según directorio telefónico de la ciudad de Bucaramanga. Año 2006

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Restaurantes de comida Thai	1	0,20%
Restaurantes comida corriente	259	52,97%
Restaurantes arroz	1	0,20%
Restaurantes carnes	11	2,25%
Restaurantes cocina árabe	2	0,41%
Restaurantes cocina argentina	1	0,20%
Restaurantes cocina criolla	7	1,43%
Restaurantes cocina china	12	2,45%
Restaurantes cocina española	2	0,41%
Restaurantes cocina internacional	2	0,41%

¹³ Ibid

Restaurantes cocina italiana	9	1,84%
Restaurantes cocina mexicana	5	1,02%
Restaurantes cocina típica	36	7,36%
Restaurantes cocina vegetariana	4	0,82%
Restaurantes comida rápida	83	16,97%
Restaurantes mariscos y pescados	16	3,27%
Restaurantes pizzas	5	1,02%
Restaurantes de pollos	33	6,75%
Total restaurantes	489	100,00%

Fuente. Directorio telefónico Bucaramanga. Año 2006.

Es decir el 16.97% de los restaurantes registrados en la Cámara de Comercio de Bucaramanga corresponden a establecimientos que venden comida rápida.

Calculando la conversión con el número de restaurantes de comida rápida que aparecen en el directorio, el 61.74% pautan sus negocios en este medio.

En este orden de ideas, los restaurantes de comidas rápidas registrados en la Cámara de Comercio serían aproximadamente 134, con esta información se determina el número de restaurantes registrados para los años 2002-2006. Ver tabla 45.

Tabla 45. Número de restaurantes de comida rápida registrados en Cámara de Comercio de Bucaramanga

CONCEPTO	NÚMERO DE RESTAURANTES DE COMIDA RÁPIDA REGISTRADOS EM CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA
Restaurantes comidas rápidas año 2002	172
Restaurantes comidas rápidas año 2003	186
Restaurantes comidas rápidas año 2004	181
Restaurantes comidas rápidas año 2005	207
Restaurantes comidas rápidas año 2006	134

Determinar la cantidad de platos de comida rápida que estos restaurantes han ofrecido durante los últimos cinco años, es prácticamente imposible, sin embargo, de acuerdo a los resultados de la pregunta trece, ver tabla 23, el 41% de los encuestados no aceptaron este nuevo negocio, este porcentaje será tomado como oferta para la presente propuesta, es decir, esta es una demanda satisfecha, para lo cual la oferta es la encargada de proporcionarla.

Si el 59% de los encuestados que encontraron agradable un establecimiento de comidas rápidas con espacio para la recreación infantil mostraron una demanda de 6.317.094, el 41% corresponde a 4'389.845 platos de comidas rápidas que serían considerados la oferta del año 2006 para este sector.

Ahora, de acuerdo a la pregunta 16, ver tabla 27, el 39% acuden al sector de cabecera, es decir, se tomará el porcentaje anterior como el equivalente en número de restaurantes de comidas rápidas para el sector de Cabecera de Llano, quedando como sigue:

Tabla 46. Número de restaurantes de comida rápida registrados en Cámara de Comercio de Bucaramanga

CONCEPTO	NÚMERO DE RESTAURANTES DE COMIDA RÁPIDA REGISTRADOS EM CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA UBICADOS EN EL SECTOR DE CABECERA DE LLANO
Restaurantes comidas rápidas año 2002	54
Restaurantes comidas rápidas año 2003	60
Restaurantes comidas rápidas año 2004	58
Restaurantes comidas rápidas año 2005	68
Restaurantes comidas rápidas año 2006	52

Con esta información se determinarán el número de platos de comidas rápidas determinados como oferta durante los años 2002-2006. Ver tabla 47.

Tabla 47. Número de platos de comida rápida despachados por la competencia. Años 2002-2005

CONCEPTO	#PLATOS COMIDAS RÁPIDAS/AÑO
Platos comidas rápidas año 2002	4.558.685
Platos comidas rápidas año 2003	5.065.206
Platos comidas rápidas año 2004	4.896.366
Platos comidas rápidas año 2005	5.740.567
Platos comidas rápidas año 2006	4.389.845

2.5.4 Análisis de la situación actual de la competencia. Actualmente en el sector de Cabecera de Llano existen diversos restaurantes de comidas rápidas que ofrecen un menú diversificado para todos los gustos y preferencias, sin embargo, los restaurantes que gozan de mayor reconocimiento en este sector son: Mercagán, El Garaje, Perro Loco, Prestto, Mercadefan, Donde Lucho y Matachos.

2.5.5 Proyección de la oferta. De la misma manera en que se procedió a realizar la proyección de la demanda, se realizará la proyección de la oferta, utilizando los datos del cuadro cuarenta y seis.

$$Y = A + BX$$

Donde:

A = valor de Y cuando X = 0. Es el corte de la recta con el eje y.

B = pendiente de la recta. Corresponde a la tasa de crecimiento (+) o de decrecimiento (-) por año.

Y= Variable dependiente = número de platos de comidas rápidas vendidos por la competencia.

X = Variable independiente = número de años

Número de platos de comidas rápidas a ofrecer por la competencia.

$$A = 4862597,6$$

$$B = 33768,1$$

$$r = 0,1015$$

Para el año 2007:

$$Y_{2007} = 4862597,6 + 33768,1(5)$$

$$Y_{2007} = 5'031.438 \text{ platos de comidas rápidas}$$

Para el año 2008

$$Y_{2008} = 4862597,6 + 33768,1(6)$$

$$Y_{2008} = 5'065.206 \text{ platos de comidas rápidas}$$

Para el año 2009:

$$Y_{2009} = 4862597,6 + 33768,1(7)$$

$$Y_{2009} = 5'098.974 \text{ platos de comidas rápidas}$$

Para el año 2010:

$$Y_{2010} = 4862597,6 + 33768,1(8)$$

$$Y_{2010} = 5'132.742 \text{ platos de comidas rápidas}$$

Para el año 2011:

$$Y_{2011} = 4862597,6 + 33768,1(9)$$

$$Y_{2011} = 5'166.511 \text{ platos de comidas rápidas}$$

Tabla 48. Proyección de la oferta. Número de platos de comidas rápidas de acuerdo al método series cronológicas.

AÑO	NÚMERO DE PLATOS DE COMIDAS RÁPIDAS
2007	5'031.438
2008	5'065.206
2009	5'098.974
2010	5'132.742
2011	5'166.511

2.6 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA

Hace referencia a la cantidad de platos de comidas rápidas que es probable que el mercado solicite en los años futuros y sobre los cuales se ha determinado que los restaurantes actuales no podrán satisfacerlos, es decir es la diferencia entre la proyección de la demanda y la oferta, ver tabla 48.

Tabla 49. Proyección de la demanda insatisfecha

AÑO	NÚMERO DE PLATOS DE COMIDAS RÁPIDAS PARA EL SECTOR DE CABECERA DE LLANO
2007	1.010.248
2008	1.079.928
2009	1.149.429
2010	1.216.976
2011	1.150.583

Todos los cálculos realizados en este capítulo fueron hechos utilizando la herramienta Excel, lo que indica que aunque en el resultado se muestren cantidades enteras, se trabajó con todos los decimales.

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

2.7.1 Estructura de los canales actuales. Los canales de comercialización son las vías o rutas que siguen los productos y/o servicios desde el lugar de

producción hasta el consumidor final, para este estudio los canales de comercialización utilizados para la producción y venta de los diferentes bienes comestibles involucran a proveedores, gerente y el cliente o consumidor final quien solicita de acuerdo a su preferencia el plato a consumir con su correspondiente bebida.

En cuanto a los proveedores hace referencia a la materia prima y suministros requeridos para la elaboración tanto de los diferentes platos de comida como de las bebidas seleccionadas para la venta. Ver anexo H.

El canal de comercialización utilizado para la prestación del servicio de restaurante de comida rápida en el Barrio Cabecera de Llano de la ciudad de Bucaramanga está sujeto a dos situaciones:

- ♣ **Prestación del servicio.** Inicia desde el momento en que el cliente solicita su pedido; este proceso finaliza cuando el cliente cancela el valor de éste.

- ♣ **Compra de materias primas y suministros.** Inicia desde el momento en que se solicita el pedido, se recibe y se cancela al respectivo proveedor. Por tratarse de una empresa en la cual tanto la materia prima como los suministros son de consumo masivo, hacen fácil su adquisición y se encuentran directamente en la ciudad de Bucaramanga.

2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales.

- **Ventajas**

- ♣ **La ubicación de la empresa.** Barrio Cabecera de Llano, ofrece privilegios, ya que es punto estratégico para el mercado objetivo: personas

que consumen comida rápida en la ciudad de Bucaramanga, específicamente quienes acuden a este sector.

Este sector no solo alberga a personas residentes en él, sino que por su carácter comercial, se afirma que, es el principal barrio visitado tanto por los habitantes de la ciudad de Bucaramanga como por las personas que visitan esta ciudad, esto garantiza la demanda constante para el restaurante de comida rápida.

● **Desventajas**

♣ Por su carácter comercial es un lugar en donde se encuentran diversidad de restaurantes, con diferentes especialidades de comida, lo que exige al nuevo establecimiento de comida rápida a ofrecer productos de alta calidad y con un precio favorable al consumidor de este tipo de comidas.

2.7.3 Selección de los canales de comercialización. El sistema de comercialización que manejará el proyecto será el siguiente: ver figura 8.



El canal de distribución propuesto para el proyecto será directo, esto hace referencia a que todas las materias primas y materiales indirectos requeridos para la elaboración de los platos de comidas rápidas son de fácil consecución, por lo tanto serán adquiridos por la persona asignada por el gerente, en los diferentes establecimientos que se encuentran en la ciudad de Bucaramanga, desde luego vigilando siempre su calidad y salubridad.

El proveedor desde luego puede ser un productor, mayorista o minorista dependiendo de la necesidad y de las cantidades a comprar.

2.8 PRECIO

2.8.1 Análisis de precios. Es claro que el sector de la comida rápida avanza sin freno en todo el mundo, donde cada empresa busca un hueco en el mercado y, en donde empresas como Mc Donalds tiene el suyo en todas partes del mundo.

Es importante reconocer que el precio es el elemento de la mezcla de marketing que produce ingresos. El precio también es unos de los elementos más flexibles: se puede modificar rápidamente, a diferencia de las características de los productos y los compromisos con el canal¹⁴.

Al mismo tiempo, la competencia de precios es el problema más grave que enfrentan las empresas. Pese a ello, muchas empresas no manejan bien la fijación de precios.

A continuación se identifican los errores más comunes que se presentan al momento de realizar el análisis de precios, situación que debe ser tomada en cuenta por la nueva empresa al momento de fijar los precios para cada uno de los productos comestibles que se ofrecerán:

- ♣ La fijación de los precios está demasiado orientada a los costos.
- ♣ Los precios no se modifican con la frecuencia suficiente para aprovechar los cambios del mercado.
- ♣ El precio se fija con independencia del resto de la mezcla de marketing y no como un elemento intrínseco de la estrategia de posicionamiento en el mercado.

¹⁴ ANGULO OCHOA, Clara Elena. Fijación de precios. 2002 [on line] <http://www.monografias.com/trabajos16/fijacion-precios/fijacion-precios.shtml>

- ♣ El precio no es lo bastante variado para los diferentes artículos, segmentos de mercado y ocasiones de compra.

2.8.2 Estrategias de fijación de precios. Es importante observar constantemente como esta manejando los precios la competencia.

Para dar a conocer la nueva empresa se deben fijar precios de lanzamiento para cada uno de los productos, de tal manera, que el consumidor de comida rápida se sienta atraído hacia el nuevo restaurante, sin descuidar los costos en que se incurren por la elaboración de cada uno de los platos de comidas rápidas.

La correcta elección de una estrategia de precio debe tener como base la siguiente información vital para que sea un éxito

- ♣ Producto – Tipo – Características
- ♣ Tipo de mercado – Competencia
- ♣ Objetivos de la empresa para con el producto y servicio.

Es difícil establecer un parámetro de precios, por cuanto los restaurantes manejan diferentes presentaciones de cada uno de los platos de comidas rápidas, razón que dificulta una estandarización del precio, sin embargo este estará orientado de acuerdo a los costos de producción y la rentabilidad esperada.

Cada restaurante maneja una especialidad y un reconocimiento de marca que le permiten en determinado momento inflar sus precios, no es el caso del nuevo restaurante, el cual en principio necesita lograr posicionamiento, por lo tanto los precios serán adoptados de acuerdo a lo planteado en el párrafo anterior, sin necesidad de profundizar en los precios que maneja la

competencia que difícilmente permiten ser coherentes y objetivos con la presente propuesta.

2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

2.9.1 Objetivos

- ♣ Atraer la atención del cliente a fin de lograr reconocimiento y preferencia a la hora de escoger restaurante para consumo de comida rápida.

- ♣ Convencer al cliente de que los diferentes productos son de buena calidad y con un buen precio para crear fidelidad hacia la nueva empresa y facilitar la demanda.

- ♣ Dar a conocer por los diferentes medios de comunicación locales la apertura del nuevo restaurante de comida rápida con espacio para la recreación infantil en el Barrio Cabecera de Llano de la ciudad de Bucaramanga.

2.9.2 Logotipo. El logo será la imagen representativa del nuevo restaurante de comida rápida, compuesto por la figura de una hamburguesa recién preparada, esto se observa en el humo que sobresale en la parte superior, sumado a dos avisos uno ubicado en la parte superior que anuncia el servicio de “comidas rápidas” y otro en la parte inferior que hace alusión a la razón social del nuevo establecimiento “Planeta Burger”.

Figura 9. Logotipo



2.9.3 Lema. El slogan de la nueva empresa será: “La especialidad de la comida rápida a su alcance”, el cual junto con el logotipo invita a los clientes a consumir los diferentes platos que se ofrecerán en el Restaurante Planeta Burger.

2.9.4 Análisis de medios. Se utilizarán medios de comunicación impresos como tarjetas de presentación y volantes y electrónicos como la radio.

2.9.5 Selección de medios. La empresa va dirigida a captar a todas las personas que transiten por el sector de Cabecera de Llano, por lo tanto se utilizarán los siguientes medios:

♣ **Tarjetas de presentación.** Serán elaboradas en policromía en donde aparecen la variedad de platos a ofrecer, logo, eslogan, nombre del gerente, domicilio, dirección, teléfono y correo electrónico para ubicación. Cantidad: 1.000; serán entregadas a quienes realicen consumo en el Restaurante Planeta Burger.

♣ **Volantes.** Elaborados en papel periódico, a dos tintas, contienen información sobre ubicación y se entregarán a la entrada de la UIS y Quinta Brigada, así como a los habitantes de los Barrios Universidad, San Francisco, San Alonso y Pinos a fin de dar a conocer la nueva empresa.

♣ **Radio.** Consiste en cinco mensajes diarios en la emisora de la Mega, los días jueves, viernes y sábados. Tiempo de emisión de cada mensaje publicitario: 10 segundos.

2.9.6 Estrategias publicitarias. Hay una serie de conceptos que son familiares en el lanzamiento de los diferentes platos comestibles a ofrecer. Se hace entonces referencia a la publicidad: la primera idea es que hace falta comunicar el producto al perfil del consumidor y, al mismo tiempo, hacerlo desde una perspectiva eficiente.

Lo anterior confirma la importancia de escoger el medio o medios idóneos como vehículo de transmisión del mensaje hacia el público objetivo que interesa.

Algunos medios quedan muchas veces excluidos por su propio costo, como es el caso de la televisión; otros medios como los impresos (para este caso en particular volantes y tarjetas de presentación) son mucho más asequibles, ya que se puede escoger el costo de materiales y las cantidades requeridas, con las consecuentes oscilaciones de precio.

Dentro de los medios hace falta pensar en la publicidad o el marketing directo, basados en enviar mensajes a una lista predeterminada de personas o empresas que cumplen las condiciones que se han marcado para seleccionar el público objetivo. Se debe tener presente que las listas son unos aspectos esenciales para la eficacia de la comunicación que se lleva a

cabo. Muchas veces una de las clásicas preguntas es el tanto por ciento de la respuesta y, antes de responder, ya se puede decir que la eficacia será mucho más grande con una lista propia de clientes que con una lista externa de compradores potenciales.

Como estrategias de promoción la empresa ofrecerá lo siguiente:

- ♣ Servicio ágil y oportuno al cliente.
- ♣ Personal capacitado en el manejo de alimentos, a fin de ofrecer un producto de calidad, que garantice la salud del consumidor y con ello su fidelidad hacia el restaurante.
- ♣ Respeto en el orden de pedido para su correspondiente despacho.

2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción

● **De lanzamiento.** Se realizará un acto de lanzamiento en las instalaciones de Planeta Burger denominado “Lanzamiento Oficial” que consiste en invitar a algunas de las personas y empresas que colaboraron en la aplicación de la encuesta y que confirmaron la aceptación del nuevo restaurante de comida rápida con espacio para la recreación infantil, para ello en la encuesta se anotaron las direcciones y teléfonos de las personas que colaboraron en su diligenciamiento.

En el evento se repartirán degustaciones de los productos que se ofrecerán en el nuevo restaurante de comida rápida.

Tabla 50. Publicidad de lanzamiento

CANTIDAD	DETALLE	\$ UNIT.	\$ TOTAL
220	Gaseosas	567	124.740
220	Degustaciones	2.000	440.000
130	Cuñas radiales en la Mega (cinco diarias/mes)	11.020	1.432.600
	Total		1.997.340

- De operación.** Para su funcionamiento Restaurante Planeta Burger, utilizará como publicidad lo expuesto en la tabla 50. Ver anexo E.

Tabla 51. Publicidad de operación

DETALLE	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Tarjetas de presentación, en propalcolte 250 gr. policromía por una cara y plastificadas 1.000	1.000	46.400
1000 hojas bond carta a tres tintas por una cara	1.000	139.200
1000 sobres lord a una tinta por una cara	1.000	104.400
1000 volantes a dos tintas por una cara	1.000	92.800
Aviso en panaflex impreso (full color) con lona LG. Tamaño: 3.00 mts. x 1.00 mts.	1	900.000
Pendón Fotográfico 80x120 cm a todo color impresión digital para exteriores en lona banner print, con perfiles en PVC.	1	92.800
Total		1.375.600

2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

Realizada la aplicación de la encuesta se comprobó la demanda generalizada de comidas rápidas por parte de la población, resultados que ya fueron detallados en las conclusiones resultados de la encuesta.

Para el cálculo de la demanda se tuvo en cuenta la información suministrada por el censo de 2005 en cuanto a población de Bucaramanga para el año 2006 y las proyecciones de población publicadas por el Dane en su página de internet para los años 2002 a 2005.

Con base en esta información y de acuerdo a los resultados arrojados en la aplicación de la encuesta al mercado objetivo se calcularon el número de platos de comidas rápidas consumidos durante los últimos cinco años, información que sirvió de base para el cálculo de la proyección de la demanda.

Para el cálculo de la oferta se utilizó información suministrada por la Cámara de Comercio de Bucaramanga en lo referente al número de establecimientos registrados cuyo objeto social es el expendio de comida en restaurante, con esta información y con la proporcionada por los directorios telefónicos de esta ciudad durante los últimos cinco años, más el aporte realizado por la encuesta se determinaron el número de platos de comidas rápidas ofrecidos por la competencia para el sector de Cabecera de Llano.

Analizados los términos de demanda, oferta se calculó la demanda insatisfecha, demostrándose que efectivamente si existe la demanda para el Restaurante Planeta Burger.

La fijación de precios será establecida en el estudio financiero, por cuanto, aunque de manera directa, se recogió información sobre los precios que maneja la competencia, es necesario unir esta información con los costos, gastos y rentabilidad esperada, así como con la estrategia establecida para dar a conocer el restaurante Planeta Burger.

El manejo de la publicidad y la promoción corresponderá a medios impresos – volantes y tarjetas de presentación -, y medio electrónico – emisora la MEGA –, con lo cual se dará a conocer de manera efectiva el nuevo establecimiento de comida rápida.

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

El estudio sobre el tamaño del proyecto es fundamental para el futuro del Restaurante Planeta Burger, la determinación del mismo será calculada en base a la información suministrada por la encuesta y de acuerdo al área bajo la cual será diseñada toda la infraestructura del mismo.

El tamaño del proyecto está ligado a la capacidad real de atender la demanda y de manejar racionalmente, los recursos que permitirán la optimización y la rentabilidad del mismo.

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. El tamaño del proyecto, es la capacidad real que tiene “Restaurante Planeta Burger Ltda.” para satisfacer una demanda total efectiva según los recursos con los que cuenta. Este proyecto está diseñado para atender el 20% de la demanda insatisfecha, ver tabla 48, para el sector de Cabecera de Llano de la ciudad de Bucaramanga, con posibilidad de incrementarse a medida que crezca la población; el crecimiento poblacional según el censo realizado para el departamento de Santander, muestra que Bucaramanga se encuentra en el 1%¹⁵ a este respecto.

3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto. Dentro de los factores que condicionan el tamaño de un proyecto se encuentran:

¹⁵ Algunas cifras del censo 2005. 26 de Mayo de 2006 [on line] <http://www.negociosensantander.com/noticiasd.asp?id=2038>

♣ **Tamaño del mercado.** El estudio de mercado determinó que sí hay mercado para el nuevo proyecto y que su puesta en marcha generaría bienestar tanto a quienes normalmente visitan el sector de Cabecera de Llano de la ciudad de Bucaramanga como al personal que labore en él.

♣ **Capacidad financiera.** Los recursos monetarios requeridos para llevar a cabo el proyecto son altos, se requiere contar con recursos propios y fuentes de financiación a través de entidades para garantizar el flujo de dinero e iniciar el montaje. El monto requerido se calculará en el estudio financiero.

♣ **Disponibilidad de materia prima.** Debido a que el servicio es la venta de comida rápida y estos a su vez están basados principalmente en las carnes como materia prima, se considera que se tiene prácticamente asegurado el suministro de las mismas, pues históricamente no existe en nuestro país antecedentes de desabastecimiento de éstas, a lo sumo las épocas que se consideran de escasez reflejan un aumento en el precio pero como está presente la amenaza de la importación de carnes de países vecinos como Venezuela y Argentina normaliza este mercado. En cuanto a frutas, quesos y verduras en general es aún menos conocidos el desabastecimiento de este tipo de alimentos, pues nuestra geografía favorece la diversificación de cultivos y producción de leche situación que ofrece la ventaja de adquirirlos a un bajo costo y en las mejores condiciones de calidad –frescos- ya que son ofrecidos por los agricultores y ganaderos de este Municipio en los diferentes almacenes de cadena, supermercados y plazas de mercado.

♣ **Disponibilidad de mano de obra.** La mano de obra no requiere ser calificada pero si capacitada, se cuenta con oferta más que suficiente para dar inicio a la prestación del servicio en el Restaurante Planeta Burger Ltda.

Esta fuerza laboral será contratada a través de selección de personal; labor encargada al gerente.

◆ **Capacidad administrativa:** está garantizada la administración profesional de esta nueva unidad de negocio, la persona encargada de esta área –la autora- posee conocimientos en todas las áreas del negocio lo que le permite la puesta en marcha de una empresa que garantice la prestación de un servicio eficiente y eficaz.

♣ **Tecnología.** Por el tipo de proyecto, el nivel de tecnología que se requiere es mínimo, por lo tanto esta no influirá mucho en la definición del tamaño.

♣ **Localización.** Tiene vías de acceso en excelentes condiciones y disponibilidad de transporte constante lo que facilita el transporte tanto de materias primas y materiales indirectos como del personal que allí labore. Igualmente es un lugar altamente visitado por toda la población de la ciudad de Bucaramanga y por quienes la visitan situación que favorece la demanda del servicio.

♣ **Conducta de la demanda con relación al ingreso y a los precios.** Por tratarse de un restaurante de comida rápida, cuyos principales platos están compuestos principalmente de carnes, se considera que el comportamiento de la demanda con relación a los precios, estará afectado directamente por los precios de la carne en el mercado, de la misma manera se dará la afectación sobre los ingresos.

3.1.3 Capacidad el proyecto. El tamaño del proyecto se define en términos de unidades de platos de comidas rápidas a vender, lo cual involucra

aspectos tales como: mano de obra directa requerida y tiempos de elaboración de cada plato de comida rápida.

Estos análisis se mostrarán en detalle en los diagramas de operación, proceso y procedimiento, los cuales además de mostrar el tiempo requerido para la elaboración determinan el número de auxiliares de cocina que se requieren para la preparación de éstos (mano de obra directa).

- **Capacidad total diseñada.** corresponde al máximo nivel posible de producción y venta de los diferentes platos de comida rápida con su correspondiente bebida.

De acuerdo a la proyección de la demanda insatisfecha, ver tabla 49, se determinó que el Restaurante Planeta Burger Ltda. contará con una capacidad diseñada correspondiente al 20% de esta demanda. Ver tabla 52.

Tabla 52. Capacidad diseñada. Proyección platos de comida rápida

AÑO	CAPACIDAD DISEÑADA
2007	202.050
2008	215.986
2009	229.886
2010	243.395
2011	230.117

Este mismo número de comidas rápidas corresponde al número de bebidas con las que se dispondrá en el nuevo establecimiento.

- **Capacidad instalada.** Está dada por los servicios que se esperan prestar realmente con la estructura instalada y el personal contratado.

Se determinó que el restaurante contará con una infraestructura en funcionamiento que cubrirá el 10% de la demanda insatisfecha proyectada. Ver tabla 53.

Tabla 53. Capacidad instalada. Proyección platos de comida rápida

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA
2007	101.025
2008	107.993
2009	114.943
2010	121.698
2011	115.058

● **Capacidad utilizada y proyectada.** La empresa iniciará actividades con el 75% de la capacidad instalada, correspondiente al 7.5% de la demanda insatisfecha con crecimientos año a año del 1%, porcentaje estimado del crecimiento poblacional para la ciudad de Bucaramanga¹⁶.

Tabla 54. Capacidad utilizada y proyectada. Platos de comida rápida

AÑO	CAPACIDAD UTILIZADA Y PROYECTADA
2007	75.769
2008	82.075
2009	88.506
2010	94.924
2011	90.896

Para determinar las cantidades específicas a elaborar y/o vender tanto de platos de comida rápida como de bebidas, se analizaron las respuestas obtenidas en las preguntas dos, tres y cuatro del estudio de mercados, ver tablas 8 a la 10 y se seleccionaron la carta que manejará el restaurante tanto en platos de comidas rápidas como en bebidas quedando como se muestra en la siguiente tabla.

¹⁶ Ibid

Tabla 55. Distribución platos de comidas rápidas de acuerdo a la capacidad utilizada y proyectada

COMIDAS RÁPIDAS	% PARTICIPACIÓN	AÑO 2007	AÑO 2008	AÑO 2009	AÑO 2010	AÑO 2011
Hamburguesa	32%	24.246	26.265	28.322	30.376	29.087
Pizza	15%	11.365	12.312	13.276	14.240	13.634
Perro	9%	6.820	7.388	7.966	8.543	8.181
Choripapa	7%	5.304	5.745	6.196	6.645	6.362
Salchipapa	7%	5.304	5.745	6.196	6.645	6.362
Churrasco	6%	4.546	4.924	5.310	5.695	5.454
Colombinas de pollo	6%	4.546	4.924	5.310	5.695	5.454
Flautas	6%	4.546	4.924	5.310	5.695	5.454
Sandwich de pollo	6%	4.546	4.924	5.310	5.695	5.454
Mazorca desgranada	6%	4.546	4.924	5.310	5.695	5.454
TOTAL	100%	75.769	82.075	88.506	94.924	90.896

Tabla 56. Distribución bebidas de acuerdo a la capacidad utilizada y proyectada

BEBIDAS	% PARTICIPACIÓN	AÑO 2007	AÑO 2008	AÑO 2009	AÑO 2010	AÑO 2011
Gaseosa	62%	46.977	50.886	54.875	58.854	56.355
Cerveza	10%	7.577	8.208	8.850	9.492	9.090
Limonada de panela	10%	7.577	8.208	8.850	9.492	9.090
Naranjada	10%	7.577	8.208	8.850	9.492	9.090
Agua	8%	6.061	6.565	7.081	7.594	7.271
TOTAL	100%	75.769	82.075	88.506	94.924	90.896

3.2 LOCALIZACIÓN

3.2.1 Macrolocalización. Se investigó la ubicación óptima para el restaurante, para ello se incluyó en la encuesta una pregunta que determinará el lugar de preferencia para el consumo de comida rápida, ver pregunta dieciséis, arrojando que el sector de Cabecera de Llano es el preferido para realizar este tipo de consumo. Ver tabla 27 y Anexo J.

3.2.2 Microlocalización. Para determinar la ubicación del predio donde será situado el Restaurante Planeta Burger Ltda. en el sector de Cabecera de Llano, se consideraron tres sitios:

Tabla 57. Descripción de predios para estudio de microlocalización

DESCRIPCIÓN	PREDIO A	PREDIO B	PREDIO C
Ubicación	Cra. 28 #50-32	Cra. 34 #46-24	Cra. 34 #41-76
Estrato	6	6	6
Área	300 m ²	225 m ²	230 m ²
Valor arriendo	\$2'000.000	\$1'000.000	\$1'500.000
Servicios	Agua, luz, gas natural y teléfono	Agua, luz, gas natural y teléfono	Agua, luz, gas natural y teléfono

Los predios anteriormente seleccionados fueron revisados en Planeación Municipal, de acuerdo a la carta urbana para Bucaramanga y Área Metropolitana, para lo cual no hay ninguna restricción para el montaje del restaurante.

A continuación se describen los factores seleccionados para ser evaluados y valorados, de acuerdo al método cualitativo por puntos:

F1. Tipo de actividad que se desarrolla en el sector: El factor evalúa si el sector se encuentra cerca de establecimientos comerciales que manejan gran número tanto de clientes como de empleados.

F2. Canon de arrendamiento: Evalúa si el valor correspondiente al canon de arrendamiento es alto, aceptable, o económico.

F3. Disponibilidad de servicios públicos: Evalúa si el lugar dispone de servicios públicos para el normal desarrollo de las actividades, tales como servicio telefónico, energía eléctrica, gas y acueducto.

F4. Área disponible. Evalúa si el lugar -área- es el requerido para el montaje del restaurante y cuenta con la disponibilidad suficiente de espacio para una adecuada distribución de la infraestructura a instalar.

F5. Condiciones de vías de comunicación: Involucra la existencia de fácil acceso y estado de las vías.

♣ **División de los factores en grados**

F1. Tipo de actividad que se desarrolla en el sector

Grado:

1. Convergen pocos establecimientos comerciales reconocidos.
2. Convergen algunos de los establecimientos comerciales reconocidos.
3. Convergen la mayoría de establecimientos comerciales reconocidos.

F2. Canon de arrendamiento.

Grado:

1. Canon de arrendamiento (\$ 700.000 - \$ 1'000.000)
2. Canon de arrendamiento (\$ 1'000.001 - \$ 1'500.000)
3. Canon de arrendamiento (\$ 1'500.001- \$ 2'000.000)

F3. Disponibilidad de servicios públicos.

Grado:

1. Cuenta con agua y luz
2. Cuenta con agua, luz y teléfono
3. Cuenta con agua, luz, gas y teléfono

F4. Área disponible

Grado:

1. Área de 200 a 225 mts²
2. Área de 226 a 250 mts²
3. Área de más de 250 mts²

F5. Condiciones de vías de comunicación

Grado.

- 1 Vías de acceso aceptables.
- 2 Buenas vías de acceso.
- 3 Excelentes vías de acceso.

Para efectos de la ponderación se determinó en base a un total de 500 puntos así:

Tabla 58. Puntuación de los factores de microlocalización

FACTOR	PONDERACIÓN	PUNTAJE
F1	15%	Grado 1 = 15
		Grado 2 = 45
		Grado 3 = 75
F2	20%	Grado 1 = 100
		Grado 2 = 60
		Grado 3 = 20
F3	15%	Grado 1 = 15
		Grado 2 = 45
		Grado 3 = 75
F4	30%	Grado 1 = 30
		Grado 2 = 90
		Grado 3 = 150
F5	20%	Grado 1 = 20
		Grado 2 = 60
		Grado 3 = 100

Tabla 59. Análisis de los factores y puntuación

FACTOR	PREDIO A		PREDIO B		PREDIO C	
	GRADO	PUNTOS	GRADO	PUNTOS	GRADO	PUNTOS
1	2	45	3	75	3	75
2	3	20	1	100	2	60
3	3	75	3	75	3	75
4	3	150	1	30	2	90
5	3	100	2	60	2	60
TOTAL		390		340		360

Como se observa en el cuadro anterior, de acuerdo a la ponderación y a la calificación por puntos, el mejor local para la ubicación del Restaurante Planeta Burger Ltda. es el predio A , el cual se encuentra ubicado en la Carrera 28 #50-32. Ver Anexo K.

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.3.1 Ficha técnica del proceso. Por tratarse de un proyecto de carácter gastronómico, se considera que la unidad de medida viene dada por el número de clientes que consumirían los platos de comida rápida y bebidas a ofrecer en el Restaurante Planeta Burger en un horario de 6 p.m. a 1: a.m.

A continuación se relacionan los principales aspectos técnicos que intervienen en el funcionamiento del establecimiento.

Se aclara que para acondicionar el número de mesas, es indispensable tener en cuenta los resultados arrojados en la pregunta nueve del estudio de mercados, ver tabla 17 y 18, en donde se muestra el porcentaje que acuden a realizar el consumo solo y en grupo.

Es decir a pesar de que las mesas son de cuatro puestos, no van a estar ocupadas en su totalidad por las cuatro personas todo el tiempo, por lo tanto se hace necesario realizar un análisis de acuerdo a la capacidad instalada y a los resultados arrojados en el estudio de mercados para evitar que existan inconvenientes en la acomodación del cliente.

Según la capacidad utilizada y proyectada para el primer año se estableció un número de 75.769 platos de comidas rápidas, y de acuerdo a la pregunta nueve, ver tabla 17, el 37% acuden solo a realizar consumo y el 63% en grupos de 2 a 5 personas, se estimara para este cálculo solo de a dos personas para quienes asisten en grupo.

Otro aspecto a tener en cuenta es que no todos los clientes consumen en el lugar, ver tabla diecinueve, en donde se afirma que el 37% llevan su pedido para realizar el consumo en otro lugar, es decir de los 75.769 platos de comidas rápidas a consumir en el primer año, el 63% necesitan acomodación en este -47.735 platos de comidas rápidas-, en ese orden de ideas se tiene:

Días de atención al público al año	360
Cantidad de mesas instaladas	15
Número de veces que puede ser ocupada cada mesa al día estimando que en cada consumo se ocupa por espacio de una hora cada mesa	8
Número de acomodaciones que se necesitan por día para quienes realizan consumo en el restaurante = $(47.735/360)$	133
Número de acomodaciones para quienes realizan consumo solos $(133 * 37\%)$	50
Número de acomodaciones para quienes realizan consumo en grupos $(133-50)/2$	42

Es decir con las quince mesas se pueden hacer ciento veinte acomodaciones por día, para lo cual en el primer año se necesitan 92 acomodaciones por día, es decir con las quince mesas se cuenta con la capacidad suficiente que se requiere para la acomodación de clientes según la capacidad utilizada y proyectada. La tabla 60 explica la acomodación requerida por día para los cinco años de vida útil del proyecto.

Tabla 60. Acomodaciones requeridas por día en el Restaurante Planeta Burger según capacidad utilizada y proyectada

AÑO	CAPACIDAD UTILIZADA Y PROYECTADA	PLATOS CONSUMIDOS EN EL RESTAURANTE	ACOM. /DIA	ACOM SOLO /DIA	ACOM GRUPO /DÍA	ACOM.REQ/DIA
2007	75.769	47.735	133	49	42	91
2008	82.075	51.708	144	54	45	99
2009	88.506	55.759	155	57	49	106
2010	94.924	59.803	167	61	53	114
2011	90.896	57.265	160	60	50	110

Como se instalaran quince mesas y cada una de ellas puede ser ocupadas ocho veces al día (ya sea que realicen consumo solas o en grupo) se tiene una capacidad diaria para 120 acomodaciones (15 mesas x 8 acomodaciones diarias), con esto se demuestra que con las quince mesas se tiene la acomodación requerida para lo cinco años de vida útil estimados para el presente estudio.

En lo referente a la infraestructura, el establecimiento contará con todas las especificaciones técnicas para su funcionamiento de acuerdo a lo estipulado en la ley colombiana, y que será explicado en detalle en el estudio administrativo y legal.

3.3.2 Descripción del servicio. En el restaurante se elaboran cada uno de los platos de comidas rápidas para luego ser servidos o despachados de acuerdo a una orden de pedido. A continuación se desglosan cada uno de

los pasos que conlleva la prestación del servicio en el Restaurante Planeta Burger Ltda.

Solicitud del servicio. El cliente ingresa al restaurante, se ubica en una de las mesas que encuentre desocupada.

Atención del mesero. Una vez instalado en la mesa uno de los meseros se acerca con la carta, le da la bienvenida y le comunica que en breves momentos pasará a tomar su pedido.

- **Solicitud de pedido.** Por segunda vez el mismo mesero se acerca y recibe la orden de pedido escogida por el cliente.
- **Entrega de pedido en caja.** Para llevar un control de pedido, cada mesero debe entregar la orden de pedido en caja.
- **Entrega del pedido al jefe de cocina.** Anotado el pedido por el cajero para su respectivo control, entrega la orden de pedido al jefe de cocina.
- **Elaboración de la orden de pedido.** Una vez recibida la orden de pedido en el área de cocina se procede a su inmediata elaboración.
- **Despacho de la orden de pedido.** Realizado el pedido se entrega al mesero para que éste sea quien lo lleve a la mesa a la cual corresponde la orden de pedido.
- **Facturación del servicio.** Una vez el cliente haya realizado el consumo en el restaurante y a voluntad propia desee efectuar la

cancelación del pedido, el mesero se acercará y entregará una factura en donde se detalla el valor a cancelar.

- **Finalización del servicio.** El servicio finaliza cuando el usuario cancela el valor del servicio, recibe el cambio y procede a retirarse del establecimiento.

3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento. A continuación se expresará de manera gráfica, paso a paso el proceso requerido para la elaboración de los diferentes platos de comidas rápidas a ofrecer en el Restaurante Planeta Burger Ltda. con su correspondiente tiempo por unidad.

CONCEPTO DIAGRAMA: Elaboración hamburguesa

DIAGRAMA COMIENZA: Área de cocina

DIAGRAMA TERMINA: Barra de servicio

FECHA: Julio de 2006

Figura 10. Diagrama de proceso hamburguesa. 1 unidad

Paso	DESCRIPCIÓN	○	⇒	□	⊗	⊖	▽	Tiempo Segundos
1.	Sacar la carne del refrigerador	x						6
2.	Colocar la carne sobre el mesón		x					6
3.	Colocar aceite en la plancha de azar carne	x						6
4.	Quitar empaque de la carne y colocarlo en la plancha	x						10
5.	Colocar la carne en la plancha	x						6
6.	Bajar la papa precocida al aceite para freír				x			6
7.	Sacar bandeja para colocar hamburguesa	x						6
8.	Sacar pan y partirlo en dos	x						10
9.	Colocar pan en la bandeja	x						6
10.	Sacar una rebanada de cebolla y colocarla sobre el pan	x						6
11.	Sacar una rebanada de tomate y colocarla sobre la cebolla	x						6
12.	Sacar el pollo desmechado y colocarlo sobre el tomate	x						6
13.	Agregar salsas según la orden	x						15
14.	Voltear la carne para azar por el otro lado				x			6
15.	Sacar el queso del recipiente	x						6
16.	Esperar que la carne termine de sofreírse					x		60
17.	Colocar el queso sobre la carne para que funda	x						6
18.	Retirar la carne de la plancha y colocarla sobre el pollo	x						6
19.	Colocar la otra mitad del pan sobre la carne	x						6
20.	Colocar el palillo a la hamburguesa	x						6
21.	Esperar que terminen de freírse las papas							60
22.	Sacar la porción de papa del freidor				x			6
23.	Ecurrir la papa							15
24.	Colocar papa sobre la bandeja							6
25.	Agregar sal a las papas	x						7
26.	Trasladar la hamburguesa hacia la barra de servicio		x					15
	Tiempo total proceso							300 seg. = 5 minutos

CONCEPTO DIAGRAMA: Elaboración pizza champiñón con pollo. 10 porciones
DIAGRAMA COMIENZA: Área de cocina
DIAGRAMA TERMINA: Barra de servicio
FECHA: Julio de 2006

Figura 11. Diagrama de proceso pizza. 10 porciones

Paso	DESCRIPCIÓN	○	⇒	□	○□	◐	▽	Tiempo Segundos
1	Sacar la tabla para poner la masa de la Pizza	x						6
2	Sacar masa precocida del refrigerador	x						6
	Colocar la masa precocida sobre la tabla		x					6
3	Calentar el horno a 350 grados aproximadamente				x			20
4	Adicionar salsa base a la masa	x						20
5	Adicionar champiñón esparcido en toda la masa	x						20
6	Adicionar queso sobre el champiñón	x						120
7	Adicionar pollo desmechado	x						45
8	Llevar al horno		x					10
9	Horneado					x		240
10	Sacar la pizza del horno	x						5
11	Cortar la pizza en las porciones deseadas	x						15
12	Colocar bandeja en la que se sirve la pizza	x						6
13	Trasladar la pizza del horno a la bandeja donde será servida		x					6
14	Trasladar la pizza a la barra de servicio.		x					15
	Tiempo total proceso							540 seg. = 9 minutos

CONCEPTO DIAGRAMA: Elaboración pizza carnes. 10 porciones
DIAGRAMA COMIENZA: Área de cocina
DIAGRAMA TERMINA: Barra de servicio
FECHA: Julio de 2006

Figura 12. Diagrama de proceso pizza carnes. 10 porciones

Paso	DESCRIPCIÓN	○	→	□	○	⊂	▽	Tiempo segundos
1	Sacar la tabla para poner la masa de la Pizza	x						6
2	Sacar masa precocida del refrigerador	x						6
3	Colocar la masa precocida sobre la tabla		x					6
4	Calentar el horno a 350 grados aproximadamente				x			20
5	Adicionar salsa base a la masa	x						20
6	Adicionar las carnes (salami, tocineta y cabano)	x						20
7	Adicionar el queso	x						120
8	Adicionar cebolla cabezona y pimentón picados	x						45
9	Llevar al horno		x					10
10	Horneado					x		240
11	Sacar la pizza del horno	x						5
12	Cortar la pizza en las porciones deseadas	x						15
13	Colocar bandeja en la que se sirve la pizza	x						6
14	Trasladar la pizza del horno a la bandeja donde será servida		x					6
15	Trasladar la pizza a la barra de servicio.		x					15
	Tiempo total proceso							540 seg. = 9 minutos







CONCEPTO DIAGRAMA: Elaboración pizza hawaiana. 10 porciones
DIAGRAMA COMIENZA: Área de cocina
DIAGRAMA TERMINA: Barra de servicio
FECHA: Julio de 2006

Figura 13. Diagrama de proceso pizza hawaiana. 10 porciones

Paso	DESCRIPCIÓN	○	⇒	□	⊗	⊖	▽	Tiempo segundos
1	Sacar la tabla para poner la masa de la Pizza	x						6
2	Sacar masa precocida del refrigerador	x						6
3	Colocar la masa precocida sobre la tabla		x					6
4	Calentar el horno a 350 grados aproximadamente				x			20
5	Adicionar salsa base a la masa	x						20
6	Adicionar piña	x						20
7	Adicionar queso sobre la piña	x						120
8	Adicionar salami picado sobre el queso	x						45
9	Llevar al horno		x					10
10	Horneado					x		240
11	Sacar la pizza del horno	x						5
12	Cortar la pizza en las porciones deseadas	x						15
13	Colocar bandeja en la que se sirve la pizza	x						6
14	Trasladar la pizza del horno a la bandeja donde será servida		x					6
15	Trasladar la pizza a la barra de servicio.		x					15
	Tiempo total proceso							540 seg. = 9 minutos







CONCEPTO DIAGRAMA: Elaboración perro caliente
DIAGRAMA COMIENZA: Área de cocina
DIAGRAMA TERMINA: Barra de servicio
FECHA: Julio de 2006

Figura 14. Diagrama de proceso perro caliente. 1 unidad

Paso	DESCRIPCIÓN							Tiempo segundos
1.	Colocar bandeja sobre el mesón	x						6
2.	Bajar la papa precocida al aceite para freír	x						6
3.	Sacar pan y partirlo en dos				x			10
4.	Colocar pan en la bandeja	x						6
5.	Sacar la salchicha que se mantienen al vapor				x			10
6.	Colocar la salchicha en el pan	x						6
7.	Adicionar cebolla cabezona picada	x						10
8.	Colocar lonja de queso en la plancha	x						6
9.	Fundir queso	x						10
10.	Adicionar papa triturada	x						6
11.	Adicionar queso fundido sobre la papa triturada	x						6
12.	Agregar salsas según la orden	x						15
13.	Esperar que terminen de freírse las papas					x		90
14.	Sacar la porción de papa del freidor				x			6
15.	Ecurrir la papa	x						15
16.	Colocar papa sobre la bandeja	x						6
17.	Agregar sal a las papas	x						7
18.	Trasladar el perro hacia la barra de servicio		x					15
	Tiempo total proceso							236 seg. = 3'56''

CONCEPTO DIAGRAMA: Elaboración choripapa
DIAGRAMA COMIENZA: Área de cocina
DIAGRAMA TERMINA: Barra de servicio
FECHA: Julio de 2006

Figura 15. Diagrama de proceso choripapa. 1 unidad

Paso	DESCRIPCIÓN							Tiempo segundos
1.	Bajar la papa precocida al aceite para freír	x						6
2.	Colocar bandeja sobre el mesón	x						6
3.	Sacar la tabla que se utiliza para cortar carnes				x			6
4.	Sacar el chorizo del empaque				x			10
5.	Colocar el chorizo en la tabla para cortarlo	x						6
6.	Cortar el chorizo en trozos pequeños	x						20
7.	Colocar el chorizo en el aceite junto con la papa	x						6
8.	Esperar que la papa junto con el chorizo terminen de sofreírse					x		110
9.	Retirar la papa y el chorizo del freidor	x						12
10.	Ecurrir la papa y el chorizo	x						15
11.	Colocar la papa sobre la bandeja	x						6
12.	Agregar sal a las papas	x						7
13.	Colocar el chorizo sobre la papa frita	x						10
14.	Agregar salsas según orden	x						15
15.	Colocar palillos en la bandeja para el consumo del producto	x						6
16.	Trasladar el choripapa hacia la barra de servicio		x					15
	Tiempo total proceso							256 seg = 4'16"







CONCEPTO DIAGRAMA: Elaboración salchipapa
DIAGRAMA COMIENZA: Área de cocina
DIAGRAMA TERMINA: Barra de servicio
FECHA: Julio de 2006

Figura 16. Diagrama de proceso salchipapa. 1 unidad

Paso	DESCRIPCIÓN	○	→	□	⊗	⊖	▽	Tiempo segundos
1.	Bajar la papa precocida al aceite para freír	x						6
2.	Colocar bandeja sobre el mesón	x						6
3.	Sacar la tabla que se utiliza para cortar carnes				x			6
4.	Sacar dos salchichas del empaque				x			10
5.	Colocar las salchichas en la tabla para cortarlas	x						6
6.	Cortar las salchichas en trozos pequeños	x						20
7.	Colocar la salchicha en el aceite junto con la papa	x						6
8.	Esperar que la papa junto con la salchicha terminen de sofreírse					x		110
9.	Retirar la papa y la salchicha del freidor	x						12
10.	Ecurrir la papa y la salchicha	x						15
11.	Colocar la papa sobre la bandeja	x						6
12.	Agregar sal a las papas	x						7
13.	Colocar la salchicha sobre la papa frita	x						10
14.	Agregar salsas según orden	x						15
15.	Colocar palillos en la bandeja para el consumo del producto	x						6
16.	Trasladar el salchipapa hacia la barra de servicio		x					15
	Tiempo total proceso							256 seg = 4'16"

CONCEPTO DIAGRAMA: Elaboración churrasco
DIAGRAMA COMIENZA: Área de cocina
DIAGRAMA TERMINA: Barra de servicio
FECHA: Julio de 2006

Figura 17. Diagrama de proceso churrasco. 1 unidad

Paso	DESCRIPCIÓN							Tiempo segundos
1.	Sacar el pedazo de carne para la parrilla o plancha de asar				x			10
2.	Adicionar salsa especial rotando la carne	x						10
3.	Asar carne por un lado					x		240
4.	Sacar tabla utilizada para servir el churrasco	x						6
5.	Voltear carne por el otro lado				x			6
6.	Agregar más salsa a la carne	x						10
7.	Bajar la papa precocida al aceite para freír	x						6
8.	Esperar que la carne termine de asarse					x		210
9.	Sacar la porción de papa del freidor				x			6
10.	Escurrir la papa	x						15
11.	Colocar papa sobre la tabla donde se servirá el churrasco	x						6
12.	Agregar sal a las papas	x						7
13.	Colocar carne en la tabla	x						15
14.	Colocar cubiertos para el consumo del producto	x						10
15.	Trasladar el churrasco hacia la barra de servicio		x					15
	Tiempo total proceso							572 seg = 9'32"

CONCEPTO DIAGRAMA: Elaboración colombina de pollo
DIAGRAMA COMIENZA: Área de cocina
DIAGRAMA TERMINA: Barra de servicio
FECHA: Julio de 2006

Figura 18. Diagrama de proceso colombina de pollo. 1 unidad

Paso	DESCRIPCIÓN	○	⇒	□	⊗	⊖	▽	Tiempo segundos
1.	Retirar del congelador cinco colombinas de pollo				x			10
2.	Colocar a freír a temperatura media	x						10
3.	Colocar bandeja sobre el mesón	x						6
4.	Bajar la papa precocida al aceite para freír	x						6
5.	Esperar que las papas y las colombinas de pollo terminen de sofreírse					x		180
6.	Sacar la porción de papa y las colombinas del pollo del freidor				x			12
7.	Ecurrir la papa y las colombinas de pollo	x						15
8.	Colocar papa sobre la bandeja	x						6
9.	Agregar sal a las papas	x						7
10.	Colocar las colombinas junto a la papa frita	x						15
11.	Colocar cubiertos en la bandeja para el consumo del producto	x						10
12.	Trasladar las colombinas de pollo hacia la barra de servicio		x					15
	Tiempo total proceso							292 seg = 4'52"

CONCEPTO DIAGRAMA: Elaboración flautas
DIAGRAMA COMIENZA: Área de cocina
DIAGRAMA TERMINA: Barra de servicio
FECHA: Julio de 2006

Figura 19. Diagrama de proceso flautas. 1 unidad

Paso	DESCRIPCIÓN	○	⇒	□	⊗	⊖	▽	Tiempo segundos
1.	Retirar del congelador la flauta del sabor solicitado				x			10
2.	Colocar a freír la flauta a temperatura media	x						6
3.	Colocar bandeja sobre el mesón	x						6
4.	Colocar servilleta	x						6
5.	Esperar que la flauta se sofría					x		150
6.	Retirar la flauta del aceite	x						10
7.	Envolver la flauta en una servilleta	x						10
8.	Colocar la flauta en la bandeja	x						6
9.	Trasladar la flauta hacia la barra de servicio		x					15
	Tiempo total proceso							219 seg = 3'39"

CONCEPTO DIAGRAMA: Elaboración sandwich de pollo
DIAGRAMA COMIENZA: Área de cocina
DIAGRAMA TERMINA: Barra de servicio
FECHA: Julio de 2006

Figura 20. Diagrama de proceso sandwich de pollo. 1 unidad

Paso	DESCRIPCIÓN	○	⇒	□	⊗	⊖	▽	Tiempo Segundos
1.	Bajar la papa precocida al aceite para freír	x						6
2.	Colocar bandeja sobre el mesón	x						6
3.	Colocar servilleta	x						6
4.	Sacar el pan de la bolsa				x			6
5.	Cortar el pan en dos partes y colocarlo en la bandeja	x						10
6.	Colocar una hoja de lechuga	x						10
7.	Sacar una rebanada de cebolla y colocarla sobre la lechuga				x			6
8.	Sacar una rebanada de tomate y colocarla sobre la cebolla				x			6
9.	Sacar una lonja de jamonilla				x			10
10.	Sofreír la jamonita	x						30
11.	Sacar una lonja de queso	x						10
12.	Fundir el queso	x						30
13.	Colocar la jamonilla sobre la cebolla	x						6
14.	Colocar el queso sobre la jamonilla	x						6
15.	Adicionar el pollo desmechado sobre la jamonilla	x						10
16.	Agregar salsas según orden	x						15
17.	Colocar la otra mitad del pan sobre el pollo	x						6
18.	Se envuelve el Sandwich en una servilleta	x						10
19.	Sacar la porción de papa del freidor				x			6
20.	Ecurrir la papa	x						15
21.	Colocar papa sobre la bandeja	x						6
22.	Agregar sal a las papas	x						7
23.	Trasladar el sandwich de pollo hacia la barra de servicio		x					15
	Tiempo total proceso							238 seg = 3'58"

CONCEPTO DIAGRAMA: Elaboración mazorca desgranada
DIAGRAMA COMIENZA: Área de cocina
DIAGRAMA TERMINA: Barra de servicio
FECHA: Julio de 2006

Figura 21. Diagrama de proceso mazorca desgranada. 1 unidad

Paso	DESCRIPCIÓN	○	⇒	□	○□	⊖	▽	Tiempo Segundos
1.	Sacar porción de mazorca del refrigerador				x			10
2.	Colocar aceite en la plancha de azar carne	x						6
3.	Colocar la mazorca en la plancha	x						10
4.	Sacar bandeja para colocar la mazorca				x			6
5.	Esperar que la mazorca termine de sofreírse					x		300
6.	Retirar la mazorca de la plancha y colocarla en la bandeja	x						10
7.	Adicionar queso salado	x						10
8.	Adicionar pollo desmechado	x						10
9.	Agregar salsas según orden	x						15
10.	Trasladar la mazorca desgranada hacia la barra de servicio		x					15
	Tiempo total proceso							392 seg = 6'32"

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

● **Clasificación de los residuos.** Dentro de los residuos que se generan en el manejo de las comidas rápidas se tienen:

✦ **Residuos Sólidos.** Los principales residuos sólidos del sector corresponden a:

- Envases desechables, principalmente de cartón y plástico: (vasos, restos de envases y platos, papeles, sachets, cajitas, etc.

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

-

- Restos de alimentos no consumidos y alimentos sobrantes (se estima que del total de residuos de este sector un 30% corresponde a este tipo de desechos).

- Restos orgánicos de la preparación de alimentos (se estima poco relevante, no más de un 1% del total de materias primas que ingresan).

- Restos orgánicos por limpieza de canaletas y rejillas.

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

✦ **Olores y Ruidos.** En este sector las principales emisiones a la atmósfera son generadas por combustión. Situación que se complica con la producción de humos, producto de la operación de comidas.

Normalmente se presentan problemas de olores que pueden llegar a ser excesivos por efecto de las operaciones de fabricación de comidas. El tema de olores normalmente está asociado a operación de fritura de materiales, sobretodo si el aceite comienza a superar el límite de su vida útil, generando humos a menor temperatura los que también arrastran compuestos volátiles responsables del olor. No obstante, también se generan problemas de olores excesivos al acumularse los aromas de comida dentro de los locales cuando no se cuenta con sistemas de extracción adecuados.

Otro aspecto importante, dentro del impacto que genera el sector, corresponde al ruido, el que se genera básicamente por la operación de los equipos de extracción de aire y humos de los locales (compresores, campanas) y equipos generadores de frío.

- **Control de calidad en Planeta Burger.** El control de calidad e higiene del Restaurante Planeta Burger, es uno de los aspectos importantes, no solo para proteger al consumidor, sino para mantener la calidad del producto, de modo que se eviten pérdidas económicas por rechazo del consumidor.

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

El control de los productos incluye materias primas y materiales indirectos, productos en proceso y producto terminado.

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

♣ **Control de desechos.** Estos deben transportarse en recipientes cerrados hacia un lugar determinado que debe ser aislado tanto del área de servicio como de cocina y el cual será recogido por las respectivas empresas encargadas de la recolección de basuras y reciclaje.

El Restaurante Planeta Burger Ltda, contará con espacios asignados para disposición de desechos en el cuál se tendrán tres (3) canecas plásticas con tapa, marcadas en la parte exterior, con su respectiva bolsa según el tipo de desecho que se puede depositar; observando y manteniendo las normas de higiene y salud ocupacional establecidas con el fin de evitar la contaminación de los alimentos, áreas, dependencias y equipos y el deterioro del medio ambiente. Los residuos sólidos se remueven cada dos días con la frecuencia de recolección de basuras de la EMAB; y el reciclaje cada sábado por COOPRESER.

El restaurante dispondrá de canecas plásticas pequeñas y medianas en la zona de servicio, cocina y baños para recolección diaria y oportuna y luego pasarlas en la jornada del aseo a la caneca respectiva.

♣ **Manejo de residuos líquidos.** Del proceso de freído resulta un residuo de aceite que es en una caneca de 55 galones disponible para tal fin; cuando la caneca se llena al cabo de aproximadamente seis meses la empresa Descont S.A. E.S.P se encarga de hacer la recolección.

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

- **Las carnes.** Se les realizará una limpieza general bajo chorro de agua y la que se escoja para el plato será de primera calidad.
- **Los tubérculos y vegetales.** Se les debe establecer un control sobre la circulación de los productos almacenados de modo que los productos que más tiempo llevan en bodega sean los primeros en consumirse.

Se destinará un lugar para preparar estos productos, lo que permitirá adecuar una mesa auxiliar de cocina con el fin de mantener el sitio de preparación de alimentos en óptimas condiciones. Se deben conservar en sitios ventilados y aseados.

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

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

● **Consecuencias de un mal manejo de los desechos en el sector de las comidas rápidas.** Los impactos actuales y potenciales generados por el sector pueden afectar la calidad del aire, agua, suelo, los ecosistemas y la calidad de vida humana¹⁷.

El impacto que conlleva un mal manejo de los residuos de aceite es sumamente importante. Si se les descarga a los sistemas de alcantarillado aportan en elevar la carga orgánica, aumentando fuertemente los niveles de parámetros contaminantes como aceites y grasas y carga orgánica. Además

¹⁷ Radiografía de las comidas rápidas. Reportaje Noviembre 5 de 2001 [on line] <http://www.sustentable.cl/portada/Reportajes/1443.asp>

pueden provocar obstrucción de las redes de alcantarillado por solidificación de aceites y grasas.

Por otra parte, al mezclarse con residuos domiciliarios afectan negativamente la posibilidad de lograr separar y recuperar parte de los materiales.

El impacto de las emisiones de olores y del ruido radica en generar molestias en la población cercana si no se cuenta con infraestructura y medidas de mitigación adecuadas, lo que toma mayor relevancia si los locales se ubican en zonas residenciales.

3.3.5 Recursos

- Recurso Humano.** Para el funcionamiento y puesta en marcha del Restaurante Planeta Burger Ltda. y la prestación óptima de los servicios a ofrecer, se requiere:

Tabla 61. Recurso humano

CARGO	No. PERSONAS
MANO DE OBRA DIRECTA	
Jefe de cocina	1
Auxiliares de cocina	3
MANO DE OBRA INDIRECTA	
Gerente	1
Cajera	1
Meseros	2
Oficios Varios	1
Vigilante	1
Contadora	1
Revisor fiscal	1

Para establecer el número exacto de auxiliares de cocina requeridos para los cinco años de vida útil del proyecto, es necesario, de acuerdo al estudio de tiempos y a la capacidad utilizada y proyectada realizar los cálculos año a año.

Los tiempos correspondientes a la elaboración de la limonada de panela y naranjada no son tenidos en cuenta, por cuanto en la elaboración de cada plato de comida rápida hay un tiempo de espera el cual puede ser utilizado en la elaboración de éstas.

El personal ingresará a las 5 p.m. y el establecimiento será abierto al público a las 6 p.m., en este tiempo tanto el jefe de cocina como los auxiliares alistarán la materia prima requerida para la elaboración de los diferentes platos y bebidas, es decir, picarán la cebolla y el tomate en rodajas, desmecharán el pollo, pondrán las salchichas a vapor, pondrán a diluir la panela y mantendrán todos los equipos y herramientas en perfecto orden; el restaurante será cerrado a la 1:00 a.m.

A continuación se desglosan los tiempos requeridos para la elaboración de cada plato y la cantidad de platos a elaborar año a año, para establecer de manera precisa el número de auxiliares de cocina requeridos. Ver tablas 62 a 66.

Tabla 62. Distribución de los platos de comidas rápidas proyectados y tiempo requerido para su elaboración por plato en segundos

COMIDAS RÁPIDAS	AÑO 2007	AÑO 2008	AÑO 2009	AÑO 2010	AÑO 2011	SEG/ PLATO
Hamburguesa	24.246	26.265	28.322	30.376	29.087	300
Pizza	11.365	12.312	13.276	14.240	13.634	540
Perro	6.820	7.388	7.966	8.543	8.181	236
Choripapa	5.304	5.745	6.196	6.645	6.362	256
Salchipapa	5.304	5.745	6.196	6.645	6.362	256
Churrasco	4.546	4.924	5.310	5.695	5.454	572
Colombinas de pollo	4.546	4.924	5.310	5.695	5.454	292
Flautas	4.546	4.924	5.310	5.695	5.454	219
Sandwich de pollo	4.546	4.924	5.310	5.695	5.454	238
Mazorca desgranada	4.546	4.924	5.310	5.695	5.454	392
TOTAL	75.769	82.075	88.506	94.924	90.896	3301

Tabla 63. Total tiempo en segundos de M.O.D. requerida año a año para la elaboración de los diferentes platos de comidas rápidas

COMIDAS RÁPIDAS	AÑO 2007	AÑO 2008	AÑO 2009	AÑO 2010	AÑO 2011
Hamburguesa	7.273.800	7.879.500	8.496.600	9.112.800	8.726.100
Pizza	6.137.100	6.648.480	7.169.040	7.689.600	7.362.360
Perro	1.609.520	1.743.568	1.879.976	2.016.148	1.930.716
Choripapa	1.357.824	1.470.720	1.586.176	1.701.120	1.628.672
Salchipapa	1.357.824	1.470.720	1.586.176	1.701.120	1.628.672
Churrasco	2.600.312	2.816.528	3.037.320	3.257.540	3.119.688
Colombinas de pollo	1.327.432	1.437.808	1.550.520	1.662.940	1.592.568
Flautas	995.574	1.078.356	1.162.890	1.247.205	1.194.426
Sandwich de pollo	1.081.948	1.171.912	1.263.780	1.355.410	1.298.052
Mazorca desgranada	1.782.032	1.930.208	2.081.520	2.232.440	2.137.968
TOTAL SEG.	25.523.366	27.647.800	29.813.998	31.976.323	30.619.222

Tabla 64. Total tiempo en horas de M.O.D. requerida año a año para la elaboración de los diferentes platos de comidas rápidas

COMIDAS RÁPIDAS	AÑO 2007	AÑO 2008	AÑO 2009	AÑO 2010	AÑO 2011
Hamburguesa	2.021	2.189	2.360	2.531	2.424
Pizza	1.705	1.847	1.991	2.136	2.045
Perro	447	484	522	560	536
Choripapa	377	409	441	473	452
Salchipapa	377	409	441	473	452
Churrasco	722	782	844	905	867
Colombinas de pollo	369	399	431	462	442
Flautas	277	300	323	346	332
Sandwich de pollo	301	326	351	377	361
Mazorca desgranada	495	536	578	620	594
TOTAL HORAS	7.090	7.680	8.282	8.882	8.505

Tabla 65. Total tiempo en horas de M.O.D. requerida diariamente para la elaboración de los diferentes platos de comidas rápidas

CONCEPTO	AÑO 2007	AÑO 2008	AÑO 2009	AÑO 2010	AÑO 2011
TOTAL HORAS/DIA M.O.D	19,69	21,33	23,00	24,67	23,63

Teniendo en cuenta que cada empleado labora 8 horas diarias, de las cuales media hora corresponde a descanso, se tiene que en realidad cada empleado labora diariamente un promedio de 7 ½ horas. Dividiendo la información mostrada en la tabla sesenta y uno entre el promedio de 7 ½ horas se tiene:

Tabla 66. Número de auxiliares de cocina requeridos año a año para la elaboración de los diferentes platos de comidas rápidas

CONCEPTO	AÑO 2007	AÑO 2008	AÑO 2009	AÑO 2010	AÑO 2011
Número de auxiliares de cocina requeridos	3	3	4	4	4

Es necesario para los años tres al cinco contratar los servicios de otro auxiliar de cocina.

- **Recurso Físico.** Se dispondrá de las siguientes herramientas, equipos, muebles y enseres para el funcionamiento óptimo del restaurante Planeta Burger Ltda. Ver anexos F y G.

Tabla 67. Equipos y herramienta para área de cocina

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Carro para comida rápida
1	Horno para pizza doble
1	Estufa industrial de dos puestos
1	Campana extractora Hacedb acero inoxidable
1	Congelador industrial IC H7
1	Extintor marca solkaflan de 3750 gramos
2	Pinzas grandes inca
2	Pinzas buffet
48	Bandejas extra pequeñas
12	Bandejas personal
1	Espátula asador inca
1	Espátula de caucho
1	Corta pizza pequeño
1	Cucharón vaniplas
1	Cuchillo sierra pan
1	Hachuela power #8

4	Cuchillo #8 profesional
1	Espátula power #4
15	Salseros imusa
1	Licuada industrial en acero opaco
1	Licuada pequeña oster
1	Olla universal de 13 litros
1	Caldero Ref: 135 inca
1	Caldero Ref: 134 inca
2	Juego recipientes para alimentos
1	Colador mediano acero
1	Colador litro grande
1	Colador NP
15	Tazones
1	Tanque de 20 litros
1	Tanque de 25 litros

Tabla 68. Muebles y enseres área de servicio

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
2	División Ofiplus de 90 x 201
1	División Ofiplus de 100 x 201
4	Paral redondo
1	Superficie recta de 100 x 60
1	Gaveta útiles varios con chapa
2	Ménsulas Nylon
1	Registradora Casio 260 (10 Departamentos, 500 códigos)
1	Ventilador Samurai 3 en 1
1	Teléfono
5	Comedor para bebe en marfil
15	Juegos mesa en madera por 4 sillas
1	Butaco Giratorio 4 Pistas tapizado en Cordoban
1	Juego de Piscina para recreación Infantil
1	Mesa rimax blanco
4	Sillas rimax
1	Televisor marca Samsug 21M16
1	Minicomponente marca sony 290
10	Cd's de música
10	Cubiertos inca
10	Juegos utensilios inca
15	Vajilla 4 puestos porcelana

15	Servilleteros
1	Extintor marca solkaflan de 3750 gramos
1	Pecera para dulces en vidrio
5	Canecas para aseo
45	Vasos de vidrio
5	Ceniceros peldar
15	Vasos cervecedores
20	Tablas para churrasco
1	Reloj de pared

Tabla 69. Muebles y enseres área de administración

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Computador supereconómico Compumax
1	Mesa marca radial 150 x 150 cms 2Lx1c
1	Basurero metal redondo
1	Silla sentra operativa
2	Silla sentra interlocutora
1	Teléfono fax marca panasonic
1	Ventilador de pared de 16 pulgadas
1	Botiquín
1	Reloj de pared

● **Recurso de materia prima.** Para el funcionamiento de la empresa se requiere:

- **Materia Prima.** Por tratarse de una empresa dedicada a la elaboración y venta de comidas rápidas la materia prima requerida para el normal funcionamiento de Restaurante Planeta Burger Ltda. hace referencia a todas las carnes (hamburguesa, salchicha, pollo, jamonilla, jamón, salami), quesos, pan, condimentos, frutas y verduras requeridas para su elaboración. Las cantidades específicas serán descritas en el estudio financiero.

- **Materiales.** En cuanto a los materiales comúnmente utilizados para la prestación tanto de los servicios como para el óptimo funcionamiento de Restaurante Planeta Burger Ltda., Ver anexos H, se tienen:

Tabla 70. Útiles de oficina

CANTIDAD	CONCEPTO
1	Agenda directorio
2	Sello
3	Rollo para fax
	Calculadora casio
1	Caja de diskettes Maxell por 10 unidades
1	Resma de papel bond carta reprograf x 75 gramos
1	Caja lapicero kilométrico retráctil
1	Perforadora
1	Cosedora
1	Caja de ganchos para cosedora
3	Pegastick por 40 gramos
1	Pisapapel
1	Caja de clip gema
1	Archivador AZ carta
15	Carpeta colgante fabrifolder
1	Caja de gancho legajador IPP x 20 unidades
1	Bisturí grande
1	Paquete sobre de manila dispasobres tamaño carta especial x 100 unidades
1	Sacaganchos
1	Cartuchos de tinta negra para impresora
1	Cartuchos de tinta color para impresora

Tabla 71. Materiales indirectos

CONCEPTO	CANTIDAD
47.395	Bandeja #2
19.623	Bandeja J1
28.033	Bolsa 2 kilos
8.410	Bolsa aluminio
2.273	Servilletas
242	Palillos hamburguesa

553	Palillos papas
311	Pitillos (caja *200)
76	Bolsa para empacar de 20 kilos x 100 unidades

Tabla 72. Útiles de aseo

CONCEPTO	CANTIDAD
3	Balde para agua
6	Escobas
12	Traperos
104	Sabra corriente verde
52	Sabra scott britte parrilla 3M
12	Límpido declor x 5 gls
104	Limpiador full fresh brisas *2000cc
24	Jabón polvo as agranel x 20 kilo
52	Jabón liquido spray familia *800cc
104	Toalla familia 7326*150
26	Eassy off hornos x 230
180	Papel higiénico familia doble hoja familia
1	Recogedor de basura
52	Paquete de bolsa para basura x 10 unidades
12	Guantes duralon eterna
24	Limpión de tela decorado
180	Lavaplatos full fresh limón*100

3.3.6 Estudio de proveedores. Restaurante Planeta Burger Ltda. mantendrá contacto directo con diversos proveedores dado que se necesita gran variedad de materia prima, insumos y suministros para el normal funcionamiento del establecimiento. Ver Anexo H.

Tabla 73. Detalle de proveedores

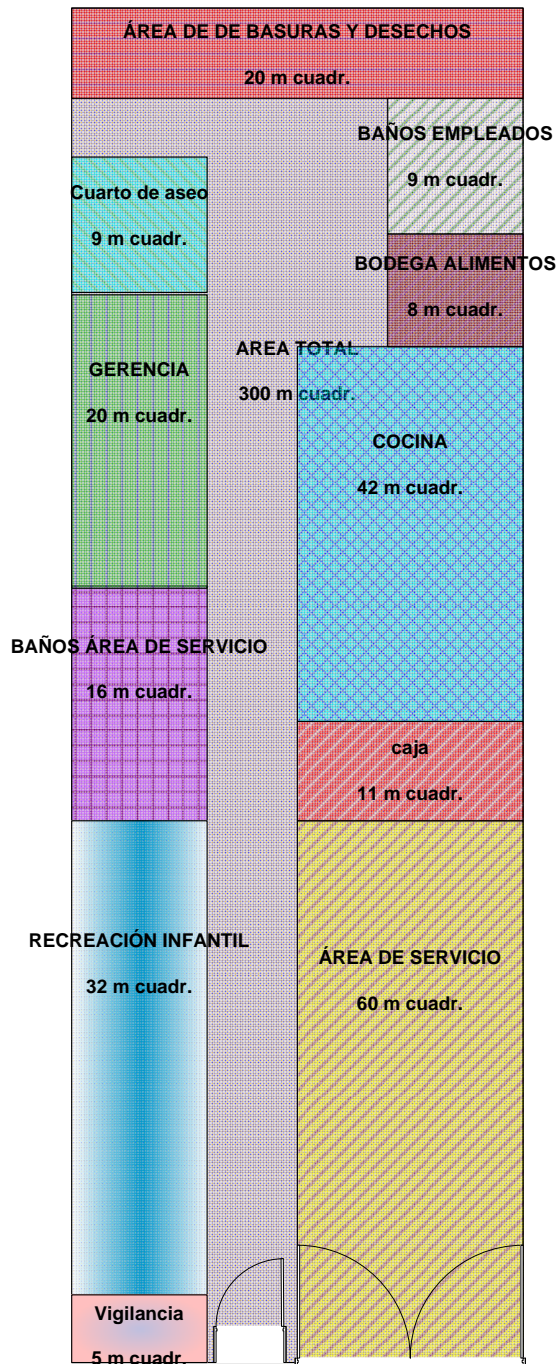
MATERIA PRIMA	DISTRIBUIDOR	DIRECCIÓN
Hamburguesa de pollo y colombinas de pollo	DISTRAVES S.A.	Carrera 24 #51-32 Bucaramanga
Flautas	COMESTIBLES MICAAM	Carrera 16 #41-34 Bucaramanga
Salami, jamón, jamonilla, cabanos, tocineta, chorizo,	SALSAN	Calle 48 # 17-17 Bucaramanga

salchicha montañera, hamburguesa carne, hot dog.		
Bolsas, servilletas, bandejas, bolsas, palillos	SURTI RÁPIDAS	Carrera 8 #6-65 Bucaramanga
Salsas, quesos, papa precocida	BARCUVO	Carrera 8 #7-70 Bucaramanga
Implementos de aseo	TODO ASEO	Av. Quebrada Seca #21-53 Bucaramanga
Pendón, tarjetas de presentación, papel y sobres membreteados, volantes	CENTRAL CREATIVA Publicidad & Marketing	Carrera 24 #31-65 Bucaramanga
Papelería	OFFIARTE	Carrera 33 #51-119 Local 101 Bucaramanga
Partes y suministros para computador	MAXTINTA	Carrera 33 #48-109 C.C. Gratamira Local 116 Bucaramanga
Publicidad Radial	LA MEGA RCN	Carrera 13ª #37-32 Bogotá

3.3.7 Distribución de planta. Se dispone de un área total de 300 m², es necesario aclarar que el predio es de dos pisos, la idea es que en el primer piso se acondicionen todos los espacios que se requieren para el normal funcionamiento del Restaurante Planeta Burger Ltda.

En cuanto al segundo piso será habitado por uno de los socios. La distribución de planta que se muestra en la figura veintidós corresponde el primer piso.

Figura 22. Distribución de planta



Las áreas diseñadas para el funcionamiento de Restaurante Planeta Burger Ltda. son:

Área de servicio. Es el área de atención al cliente, allí es recibido por el mesero quien se encargará de brindarle una eficiente atención, se dispondrá de quince mesas de cuatro puestos y una decoración adecuada para ofrecer un espacio agradable y acogedor mientras el cliente realiza su consumo, también se contará con cinco comedores para bebé en marfil, un ventilador, un televisor, 60 mts².

Área de recreación infantil. Como parte del valor agregado de la presente propuesta, se ofrecerá un espacio para la recreación infantil, allí será ubicada una piscina de bolas. 32 mts²

Área de vigilancia. Para ofrecer seguridad y tranquilidad tanto al personal que labora en el restaurante como a los clientes que ingresen, se contará con la presencia permanente en horas de servicio de un vigilante quien estará ubicado a la entrada del restaurante. 5 mts²

Área de Baños para servicio. Corresponde al espacio donde los usuarios podrán hacer uso de sus necesidades de tipo fisiológico, consta de dos áreas separadas por sexos, saliendo de los baños se encontrará un lavamanos que dispondrá de jabón líquido y toallas para ofrecer un servicio sanitario con todos los requisitos de salubridad. 16 mts².

Área de baños para empleados. Igual que la anterior pero para uso exclusivo de los empleados. 9 mts².

Área de gerencia. Lugar destinado para que el gerente realice las funciones y atienda los compromisos que le genera su cargo. En esta área se

encontrará una mesa maral radial, una silla sentra operativa, dos sillas sentra interlocutora, un basurero metal redondo, un computador, y un fax, 20 mts²

Área de caja. Lugar donde se ubicará la cajera, allí será instalado un módulo ventanilla, para que su trabajo sea eficiente, en este lugar son colocados los diferentes platos para que sean llevados a las mesas por los meseros, dentro de los equipos, muebles y enseres con los cuales contará esta área están: una registradora Casio, un minicomponente, cd's de música, un butaco giratorio cuatro patas y una papelera. 11 mts²

Área de cocina. Cuenta con un mesón en acero inoxidable, gabinetes para la ubicación de comida no perecedera (azúcar, sal, panela, condimentos, aceite, servilletas, etc.), en esta área serán instaladas una estufa industrial de dos puestos, un congelador, un horno para pizza doble, un carro para comidas rápidas, una licuadora industrial, un congelador industrial, una mesa rimax con cuatro sillas y una campana extractora en acero inoxidable. 42 mts²

Área bodega de alimentos. En esta área de guardarán en canastillas, las frutas y verduras que se compran para la realización de los diferentes platos, de igual manera allí serán almacenados las materias primas que se compran en cantidades mayores y que a medida que se necesiten serán trasladadas al área de cocina. 6 mts²

Área de basuras y desechos. Es importante separar las basuras y desechos para que sean depositados aparte de todas las áreas anteriores, evitando contaminación por olores y facilitar la labor de recolección a las empresas recicladoras y de aseo contratadas en el sector. Allí será ubicada una caneca para recoger los desechos originados por las frituras, otra para la

recolección de papel, bandejas y plásticos, otra para recolección de desperdicios de comida y otra para la basura en general. 20 mts²

Área de aseo. Lugar donde se dispondrán los útiles de aseo y limpieza. 9 mts²

Área de tránsito. Como su nombre lo indica es el espacio destinado para el desplazamiento tanto del personal que labora como de las personas que ingresan a realizar consumo en el restaurante. 70 mts².

3.3.8 Logística de distribución. Para la atención efectiva del cliente en el “Restaurante Planeta Burger Ltda.”, una vez éste haya ingresado a las instalaciones se le hará la bienvenida y se le entregará la carta de comidas que se ofrecen para que solicite el pedido.

Paso a seguir, la orden de pedido será entregada en caja por el mesero, para luego ser trasladada al área de cocina, donde será elaborada y posteriormente regresada al modulo ventanilla, para que el mesero lo lleve a la mesa que lo solicito.

3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

Realizado el estudio técnico de la presente propuesta se determinó:

- La capacidad diseñada corresponde al 20% de la demanda insatisfecha, correspondiente a 202.050 platos de comida rápida para el primer año.
- La capacidad instalada corresponde al 10% de la demanda insatisfecha. Correspondiente a 101.025 platos de comida rápida para el primer año.

- La capacidad utilizada y proyectada corresponde al 7.5% de la demanda insatisfecha. Correspondiente a 75.769 platos de comida rápida para el primer año.
- El restaurante Planeta Burger Ltda.. estará ubicado en la carrera 28 # 50-32, correspondiente a una casa habitable de dos pisos y con un área de 300 mts².
- Realizados los correspondientes diagramas de operación se estableció que se requieren tres auxiliares de cocina para los dos primeros años y cuatro auxiliares de cocina para los años tres al cinco.
- La mano de obra directa esta representada por el jefe de cocina y tres auxiliares de cocina, el jefe de cocina igualmente colaborará en los detalles que observe durante la preparación de los diferentes platos de comidas rápidas, por ese motivo fue considerado mano de obra directa.
- La mano de obra indirecta esta representada por: un gerente, una cajera, dos meseros, una personas para oficios varios, un vigilante, un contador y un revisor fiscal, los dos últimos contratados por prestación de servicios.
- Todo lo referente a la maquinaria, herramientas, muebles y enseres requeridos para la puesta en marcha del establecimiento son de fácil consecución, al igual que la materia prima, insumos y suministros requeridos para el mismo.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

El carácter legal del Restaurante Planeta Burger es considerado de responsabilidad limitada. La responsabilidad de los socios es limitada al monto de sus aportes. La escritura de la sociedad se realizará mediante escritura pública otorgada por todos socios y registrada ante notaria, solo desde ese momento adquiere personería jurídica propia.

El capital esta dividido en cuotas o partes de igual valor. Debe ser pagado en su totalidad al momento de constituir la sociedad, así como al momento de solemnizar cualquier aumento del mismo.

El número mínimo de socios es 2 y el máximo es de 25.

El procedimiento para la constitución de una sociedad limitada es el siguiente:

4.1.1 Procedimiento para la constitución.

- Reunir los socios para constituir la empresa (personería jurídica).
- Registrar la matrícula mercantil en Cámara de Comercio. Para la inscripción de la empresa se debe consultar el nombre o razón social que se piensa dar a la empresa antes de proceder al registro.
- Realizar la escritura de constitución donde se incorporan los estatutos sociales y las reglas que han de regir a la sociedad en el futuro. Debe

contener: Nombre, Nacionalidad, Documento de identidad, y Domicilio de las personas que intervienen como otorgantes; La clase o tipo de sociedad a constituir, Nombre o razón social, Domicilio, Objeto social, Capital social, Duración, Forma de administrar y distribución de las atribuciones, Época y forma de convocar a junta de socios.

- Adquirir en la cámara de comercio y diligenciar los formularios de matrícula mercantil de la sociedad y establecimientos de comercio firmado por el representante legal.
- Realizar el pago respectivo de Impuesto de Registro en la División de Registro de Industria y Comercio.
- Presentar en la ventanilla de la cámara de comercio:
 - ◆ Formularios de matrícula mercantil de sociedades comerciales diligenciados.
 - ◆ Adjuntar la consulta de nombre aprobado.
 - ◆ Dos copias autenticadas de la escritura pública de constitución de la empresa con reconocimiento de firmas de los miembros fundadores, ante notario.
 - ◆ Recibo de pago del Impuesto de Registro expedido por Rentas Departamentales.
 - ◆ Documento de identificación del representante legal.

- ◆ Cancelar los derechos de matrícula, luego se reclaman los documentos con el certificado de existencia y representación legal (personería jurídica).
- ◆ Registro ante la DIAN Dirección de Impuestos Nacionales, se requiere presentar formulario de Registro Tributario RUT, copia de certificado de existencia y representación y copia de la escritura pública para obtener el número de identificación tributaria NIT.
- ◆ Registro de Libros de Contabilidad en Cámara de Comercio. Se requiere libros foliados y marcados y carta de solicitud.
- ◆ Obtener el número patronal en el Instituto de seguro social, en las EPS y Fondos de pensiones elegidas.

4.1.2 Procedimiento para el funcionamiento. Para obtener el permiso de funcionamiento mediante la Matrícula de Industria y Comercio, se solicita el Formulario de Inscripción de Actividades en la Oficina de Industria y Comercio de la Secretaría de Hacienda del municipio de Bucaramanga.

Solicitar permiso de Sayco o Acimpro para los derechos de utilización de música.

Permiso ante la Secretaría de Planeación del Municipio de Bucaramanga para la viabilidad de uso del suelo.

Adicionalmente, para este tipo de empresa donde se van a prestar servicios gastronómicos, se deben sacar los siguientes permisos especiales:

♣ **Permisos Ambientales:** como es un establecimiento abierto público y tiene publicidad visual, emisión de ruido y vertimiento de residuos, hay que

solicitar los permisos respectivos ante la Corporación de Defensa de la Meseta de Bucaramanga.

♣ **Curso de Manipulación de Alimentos:** como el proyecto de esta empresa tiene manipulación de alimentos, es necesario obtener el concepto sanitario y realizar (si es el caso) el curso de manipulación de alimentos ante la Secretaría de Salud Municipal.

Dentro de los requerimientos que exige la secretaria de salud se tienen:

● **Área de servicios.** Las instalaciones deben cumplir con los siguientes requisitos de higiene:

- Pisos, paredes y techos de fácil limpieza y desinfección.
- Requiere de una unidad sanitaria separada por sexos.
- Cada unidad debe contar con: un inodoro, un lavamanos, para las damas y el de caballeros con un orinal y además con los elementos básicos como: papeleras, papel higiénico, toallas desechables y jabón líquido. Debe contar con un lavamanos adicional en el área anexa.
- El mobiliario debe ser de materiales que no sean generadores ni focos de contaminación (incluidos comedores y sillas) que no generen riesgos para la seguridad y salud de las personas.
- Debe contar con un botiquín de primeros auxilios con los elementos básicos.
- Debe como mínimo con un extintor de fuego, tipo ABC.
- Debe prohibirse la entrada de animales.

● **Área de cocina:** para la elaboración de los alimentos se requiere:

- Mesones enchapados o en acero inoxidable.
- Refrigeradores en buen funcionamiento.

- No mezclar alimentos precocidos, crudos y terminados en el mismo nivel del refrigerador.
- Mantener siempre los alimentos bien tapados o protegidos
- Utilizar una tabla de picar que sea de plástico o fibra de vidrio.
- Utilizar una tabla para vegetales y otra para carnes
- Los alimentos no se deben probar con la cuchara con la que se estén preparando.
- Para que los jugos y vegetales no pierdan su valor nutritivo y su sabor, se deben guardar en frío, en recipientes opacos y tapados, el azúcar se les agrega en el momento de servirlos.
- La manteca de las frituras no es conveniente reutilizarla, tampoco se deben mezclar aceites viejos con nuevos, aceite o manteca.
- La freidora siempre se debe limpiar antes de utilizarla, para eliminar restos de alimentos, aceite o manteca.
- Los diferentes tipos de carne se deben mantener en recipiente aparte.
- Se debe emplear un cuchillo para carne cruda y otro para carne cocida.
- Los productos a base de leche siempre deben permanecer en refrigeración.
- Los alimentos enlatados, una vez abiertos, deben depositarse en un recipiente con tapa, para su adecuada conservación.
- Mantener los refrigeradores completamente pulcros.
- Cuarto separado –bodega- para almacenaje de las materias primas, almacenado los alimentos secos en canastillas plásticas.
- Baños para empleados diferentes a los del área de servicios.
- Buena circulación de aire y óptima extracción forzosa de olores.
- Buena iluminación para la salud y el buen rendimiento del personal.
- Pisos con materiales impermeables, resistentes al ácido y no deben ser resbalosos.

- Las paredes deben ser enchapadas a una altura mínima de 1.80 cm.

✱ **Punto crítico en la conservación de alimentos.** Un punto crítico de control es un paso dentro del proceso o elaboración de los productos alimenticios, que puede llegar a convertirse en un riesgo para la salud del consumidor.

Por ejemplo, si una carne no se va a consumir de inmediato, debe almacenarse en refrigeración a 10⁰C o en baño Mario a 60⁰C. Estos niveles de temperatura deben ser controlados ya que si no son lo suficientemente fríos o calientes las bacterias se pueden desarrollar y el alimento se convierte en un riesgo.

● **Área de personal.** Las exigencias para el personal que trabaje en la elaboración de los alimentos son:

- Someter al personal a exámenes bacteriológicos y clínicos anualmente.
- Presentación pulcra con uniforme de color blanco (camisa, gorro y tapabocas).
- El personal de cocina no debe utilizar accesorios en las manos, ni esmalte ni maquillaje.
- El lavado de manos debe realizarse con abundante agua y jabón líquido, utilizando cepillo de uñas y el secado con papel de un solo uso.
- El manipulador de alimentos siempre deberá lavarse las manos después de ir al servicio, después de haber manipulado dos materias primas diferentes; las uñas deben ser cortadas y permanecer limpias.
- En las zonas de manipulación y almacenamiento de alimentos se prohíbe fumar.

4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

4.2.1 Visión. Planeta Burger se proyecta para el año 2011 como el restaurante de comida rápida preferido en el sector de Cabecera de Llano de la ciudad de Bucaramanga, con un alto reconocimiento y fidelidad de quienes lo visitan garantizando el desarrollo sostenible de la comunidad en medio de la cual se desarrolla.

4.2.2 Misión. Elaborar comida rápida contando por personal experto en la elaboración de los mismos y, bajo un ambiente con espacio para la recreación infantil con un alto compromiso en la prestación idónea del servicio y cumpliendo con los estándares legales en calidad y salubridad fomentando una cultura de sensibilidad y cuidado hacia el restaurante en cada uno de sus colaboradores.

4.2.3 Objetivos

- Gestionar capacitaciones relacionados con la actividad de la empresa, a través de entidades públicas o privadas, si es el caso, para consecución de mejores ingresos que permitan la recuperación de la inversión.
- Incentivar a los empleados con reconocimientos morales en donde se estimule y premie su responsabilidad y sentido de pertenencia hacia la empresa.
- Proporcionar compensaciones salariales acordes con la situación económica de la empresa, garantizando su cumplimiento y cubrimiento de necesidades básicas.

- Capitalizar una oportunidad de negocio, encaminada al fortalecimiento de la economía del municipio.
- Crear una fuente de generación de empleo para el Municipio.
- Atender oportuna y adecuadamente las sugerencias de los clientes a fin de garantizar su fidelidad.

4.2.4 Políticas

• De personal

El reclutamiento del personal será a través de anuncio publicitado en Vanguardia Liberal, en la sección de clasificados del día domingo.

El proceso de selección se llevará a cabo tanto en el lugar donde quedará ubicado el Restaurante Planeta Burger Ltda., mediante el previo estudio de la hoja de vida y confirmación de referencias laborales, personales y familiares, que servirán de criterio al Gerente durante la entrevista que se realizará a cada uno de los seleccionados.

Como política de contratación, se tendrá la realización de contratos de acuerdo con la importancia y perfil del cargo (tiempo indefinido y prestación de servicios), todo esto dentro de los términos del régimen laboral colombiano.

Como política salarial, se cancelará quincenalmente los salarios para contrato indefinido y mensual para contrato por prestación de servicio.

La dotación estará conformada por: 1 bata en dril normal manga corta bordada adelante, 1 pantalón en jeans 14 onzas prelavado, 1 gorra blanca en

dril vulcano bordada adelante, 1 camiseta en lacoste blanco 220 gramos bordada adelante; un par de zapatos en cuero, y un tapabocas. Además, proporcionar todos los elementos, materiales y maquinaria para la realización óptima del trabajo. Ver anexo I.

Como política de capacitación del recurso humano, se brindará desde un principio la capacitación necesaria en materia de técnicas culinarias, etiqueta, servicio al cliente y relaciones humanas a todo el personal que sea seleccionado. Esta política se ejecutará en forma permanente ofreciendo oportunidades de capacitación a los empleados.

Como parte de la política anterior, se tendrá una política de evaluación del desempeño, tendiente a estimular la labor realizada por cada empleado y el servicio que se presta.

Como política de integración y aspecto clave en la organización, se realizarán reuniones semanales previas a la jornada de trabajo con duración de media hora, con el objeto de desarrollar una agenda y compromisos a mejorar las dificultades presentadas en el servicio y entre empleados.

Como política de control y organización se elaborará un reglamento interno de trabajo, que facilite el desarrollo de funciones, la convivencia interna y la solución de posibles conflictos laborales.

● **De compras**

- Para la adquisición de la materia prima se tendrán en cuenta los siguientes parámetros:

- Grado de sanidad de cada uno de los alimentos; es decir, para efectos de

carnes, quesos y productos envasados se revisarán las respectivas fechas de vencimiento, para las frutas y verduras se comprarán cantidades de acuerdo a las ventas que se manejen dependiendo del movimiento de cada día a fin de evitar desperdicios en la compra de éstas.

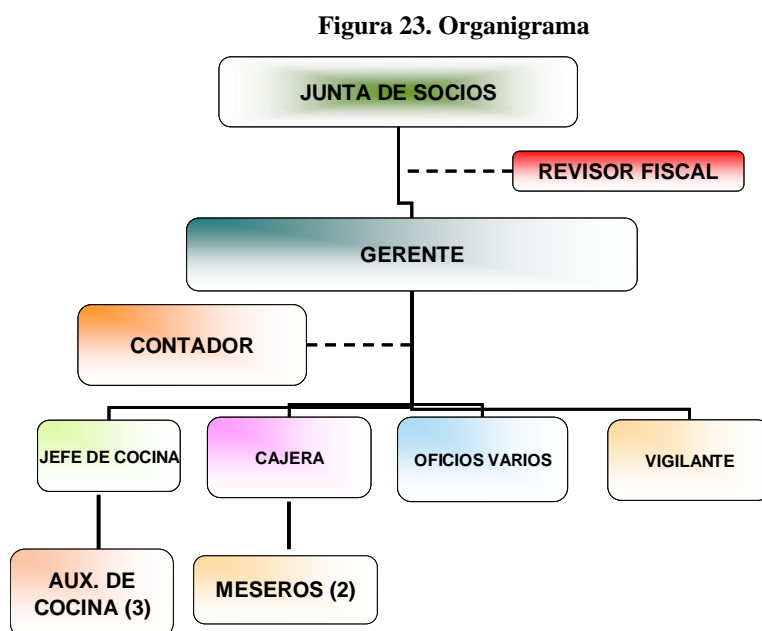
- Los pagos se harán de contado para obtener mejores precios.
- No se manejarán niveles de inventarios por cuanto la compra de la materia prima se realiza de manera permanente –todos los días- a fin de ofrecer un producto de calidad.
- Tanto la materia prima como los insumos que se requieren para la elaboración de los diferentes productos comestibles no requieren de proveedores específicos por cuanto su compra se puede realizar en almacenes de cadena, supermercados y plazas de mercado en general.

• **De ventas**

- El 100% del servicio debe ser de contado.
- Prestar un servicio de excelente calidad y en óptimas condiciones de salubridad.
- Prestar una atención oportuna y amable, respetando el orden de cada turno.
- Escuchar y atender las sugerencias.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.3.1 Organigrama. El siguiente es el organigrama que se implementaría en el Restaurante Planeta Burger Ltda.



4.3.2 Descripción y perfil de cargos. Se elaborará un Manual de Funciones de acuerdo con el organigrama establecido donde se definirán la descripción y el perfil de todos los cargos siguiendo un esquema general pero a la vez preciso de lo que se espera del trabajador. El manual de funciones será simple y claro, indicando las habilidades necesarias para el buen desempeño del cargo, así mismo el manual servirá de guía para la selección de personal idóneo, su correcta inducción, capacitación, delegación de responsabilidades y evaluación de desempeño.

Tabla 74. Descripción y perfil de cargo. Gerente

RESTAURANTE PLANETA BURGER LTDA.	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
NOTA: Las funciones consideradas en este documento son una guía para la evaluación y no un límite a las que el trabajador pueda realizar.	
NOMBRE DEL CARGO: GERENTE	FECHA: DD 01 MM 08 AA 2006
ÁREA: ADMINISTRATIVA	CARGO JEFE INMEDIATO: NINGUNO
OBJETIVO DEL CARGO Representa al Restaurante Planeta Burger Ltda. ejerciendo una administración idónea de los recursos integrando mecanismos de planeación y control en el manejo del servicio.	
FUNCIÓN PRINCIPAL Persona líder que maneje excelentes relaciones personales, manejo de grupos, dinamismo, con capacidad de planear, organizar, dirigir, evaluar y controlar todas las actividades pertinentes a la administración del Restaurante.	
DETALLE DE FUNCIONES <ul style="list-style-type: none"> • Planear las actividades administrativas y operativas necesarias para el buen desempeño del servicio. • Vigilar el estricto cumplimiento de las normas de higiene laboral, seguridad industrial, desempeño del servicio. • Evaluar el cumplimiento de estrategias, objetivos y políticas trazadas para decidir de acuerdo a las mismas. • Interpretar estados financieros y otros aspectos similares con el fin de tomar las medidas necesarias. • Evaluación, selección, inducción, control y capacitación de personal nuevo. • Estimar y motivar al trabajador para que se desempeñe de la mejor forma en su cargo. • Recibir de la cajera el cuadro diario, revisarlo y efectuar consignaciones. • Resolver los inconvenientes oportunamente que se presenten en los equipos e instalaciones del restaurante. • Manejar relaciones interpersonales. • Velar por el uso idóneo y racional de los elementos, equipos y materias primas. • Elaborar los pedidos de mercancía teniendo en cuenta existencias, consumo, tiempo de aprovisionamiento, menú, y número de servicios estimados a vender. • Vigilar la correcta recepción e inspección de materias primas, dándoles una adecuada organización, clasificación y almacenamiento. • Llamar la atención a sus subalternos, ya sea en forma verbal o escrita, cuando los hechos lo ameriten. • Efectuar las respectivas afiliaciones al seguro social, cajas de compensación a los nuevos empleados. • Tomar las medidas pertinentes cuando exista inconsistencias en el inventario de bodega, loza o camarería. • Realizar las labores de mercadeo y publicidad de restaurante, buscando estrategias que ayuden al mejoramiento y mantenimiento de las ventas. • Mantener un espíritu de colaboración, motivación y confraternidad interna que sea reflejada a los clientes. Todas las demás funciones propias del cargo.	
PERFIL DEL CARGO Nivel Educativo Profesional universitario en el área Administración de Empresas o afines. Nivel de Experiencia 2 año	
Vo Bo Empleado	Vo Bo Jefe Inmediato

Tabla 75. Descripción y perfil de cargo. Cajero

RESTAURANTE PLANETA BURGER LTDA. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
<p>NOTA: Las funciones consideradas en este documento son una guía para la evaluación y no un límite a las que el trabajador pueda realizar.</p>	
NOMBRE DEL CARGO: CAJERO	FECHA: DD: 01 MM: 08 AA: 2006
ÁREA: ADMINISTRATIVA Y COMEDOR	CARGO JEFE INMEDIATO: GERENTE
OBJETIVO DEL CARGO Manejar y responder por la venta de servicios en la caja.	
FUNCIÓN PRINCIPAL Personalidad y dotes para establecer buenas relaciones humanas, con capacidad organizativa, iniciativa personal, carácter emprendedor y destreza manual.	
DETALLE DE FUNCIONES <ul style="list-style-type: none"> • Atender la caja en las horas de servicio. • Realizar diariamente el cuadro de caja. • Elaborar planillas de control en ventas semanales • Vender y llevar control sobre valeras de comedor. • Ser atenta, cortés con los clientes, escuchándole sugerencias y reclamos. • Estar pendiente a solucionar cualquier inconveniente que se presente en el salón durante el servicio. • Mantener un espíritu de colaboración, motivación y confraternidad interna que sea reflejada a los clientes. • Otras funciones que le sean asignadas por su jefe inmediato y que por su naturaleza estén relacionadas con las funciones propias del cargo que desempeña. 	
PERFIL DEL CARGO Nivel Educativo Capacitación Técnica en Secretariado Empresarial o comercial Nivel de Experiencia 1 año	
Vo Bo Empleado	Vo Bo Jefe Inmediato

Tabla 76. Descripción y perfil de cargo. Jefe de cocina

RESTAURANTE PLANETA BURGER LTDA.	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
NOTA: Las funciones consideradas en este documento son una guía para la evaluación y no un límite a las que el trabajador pueda realizar.	
NOMBRE DEL CARGO: JEFE DE COCINA	FECHA: DD: 01 MM: 08 AA: 2006
ÁREA: COCINA Y BODEGA	CARGO JEFE INMEDIATO: GERENTE
OBJETIVO DEL CARGO Dirigir las labores diarias de manipulación, preparación, elaboración de alimentos y control de calidad de los insumos, materia prima y platos terminados.	
FUNCIÓN PRINCIPAL Conocimiento y experiencia en la determinación de las cantidades de materia prima e insumos requeridos para la elaboración del menú disponible en el Restaurante Planeta Burger Ltda. , así como de la calidad del producto terminado.	
DETALLE DE FUNCIONES <ul style="list-style-type: none"> • Realizar la preparación preliminar y supervisar la cocción de los alimentos a su cargo. • Organizar y distribuir el trabajo al personal que se encuentre a su cargo. • Controlar las cantidades requeridas de insumos y materia prima para cada plato de acuerdo a las cantidades a elaborar. • Control de las materias primas e insumos para evitar posibles desperdicios o mala calidad en los productos terminados. • Cumplir con las normas de higiene laboral, seguridad industrial y reglamento interno de trabajo. • Dar un uso racional e idóneo a los elementos y equipos del área de cocina. • Dar un manejo adecuado a los desperdicios generados durante las labores, evacuando las basuras después de cada servicio. • Responder por la presentación de pedidos cuando le fuere asignado. • Mantener un espíritu de colaboración, motivación y confraternidad interna que sea reflejada a los clientes. • Otras funciones que le sean asignadas por su jefe inmediato y que por su naturaleza estén relacionadas con las funciones propias del cargo que desempeña. 	
PERFIL DEL CARGO Nivel Educativo Bachiller Nivel de Experiencia Habilidades y experiencia en las artes culinarias y gastronómicas mayor de 1 año.	
Vo Bo Empleado	Vo Bo Jefe Inmediato

Tabla 77. Descripción y perfil de cargo. Auxiliar de cocina

RESTAURANTE PLANETA BURGER LTDA. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
<p>NOTA: Las funciones consideradas en este documento son una guía para la evaluación y no un límite a las que el trabajador pueda realizar.</p>	
NOMBRE DEL CARGO: AUXILIAR DE COCINA	FECHA: DD: 01 MM: 08 AA: 2006
ÁREA: COCINA Y BODEGA	CARGO JEFE INMEDIATO: JEFE DE COCINA
<p>OBJETIVO DEL CARGO Servir de apoyo en las labores diarias de manipulación, preparación y elaboración de alimentos.</p>	
<p>FUNCIÓN PRINCIPAL Destreza manual para ejecutar el trabajo, agilidad, rapidez, organizada y de buenos hábitos higiénicos.</p>	
<p>DETALLE DE FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desempeñar las labores propias de preparación de las comidas (pelar, cortar, picar, los diferentes alimentos). • Acatar las órdenes dadas por el jefe de cocina. • Mantener en constante orden y aseo la bodega y refrigeradores. • Cumplir con las normas de higiene laboral, seguridad industrial y reglamento interno de trabajo. • Dar un manejo adecuado a los residuos, generados en el área de cocina. • Dar un uso racional e idóneo a los elementos y equipos del área de cocina. • Dar un manejo adecuado a los desperdicios generados durante las labores, evacuando las basuras después de cada servicio. • Mantener un espíritu de colaboración, motivación y confraternidad interna que sea reflejada a los clientes. • Otras funciones que le sean asignadas por su jefe inmediato y que por su naturaleza estén relacionadas con las funciones propias del cargo que desempeña. 	
<p>PERFIL DEL CARGO Nivel Educativo Bachiller Nivel de Experiencia Habilidades y experiencia en las artes culinarias y gastronómicas mayor de 1 año.</p>	
Vo Bo Empleado	Vo Bo Jefe Inmediato

Tabla 78. Descripción y perfil de cargo. Mesero

RESTAURANTE PLANETA BURGER LTDA. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
<p>NOTA: Las funciones consideradas en este documento son una guía para la evaluación y no un límite a las que el trabajador pueda realizar.</p>	
NOMBRE DEL CARGO: MESERO	FECHA: DD: 01 MM: 08 AA: 2006
ÁREA: COMEDOR	CARGO JEFE INMEDIATO: CAJERO
<p>OBJETIVO DEL CARGO Es el contacto directo de la empresa con nuestros clientes. Su misión es vender la mejor imagen de la empresa a través de la atención en el servicio a comedor.</p>	
<p>FUNCIÓN PRINCIPAL Destreza manual para desempeñar el trabajo, mantener una buena presentación personal, de buenos hábitos higiénicos, atento, ágil, cortés y diligente en el cumplimiento de sus labores.</p>	
<p>DETALLE DE FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recibir los clientes y darles la bienvenida. • Adecuar en forma óptima el salón de atención al cliente en cuanto aseo y orden haciendo agradable la estadía en el Restaurante Planeta Burger. • Organizar las sillas y las mesas. • Mantener limpias y en excelente presentación las mesas, saleros, palilleros, frascos de ají. • Atender a los clientes en las mesas recogiendo los pedidos. • Recoger la loza y cubiertos empleados por los usuarios a la mayor brevedad y llevarlos prontamente al área del pasaplatos. • Cumplir con las normas de higiene laboral, seguridad industrial y reglamento interno de trabajo. • Ser escrupuloso con su presentación y aseo personal. • Conocer la preparación y composición de los platos de comida rápida preparados en el Restaurante Planeta Burger. • Reportar oportunamente a su jefe inmediato las pérdidas o daños del área del comedor. • Mantener un ambiente agradable y tranquilo en el comedor especialmente durante las horas de servicio. • Informar los cambios de los pedidos realizados por los clientes. • Mantener las mesas limpias durante el servicio no dejando residuos o desperdicios de ninguna índole y no permitiendo en lo posible que caigan al piso. • Mantener un espíritu de colaboración, motivación y confraternidad interna que sea reflejada a los clientes. • Otras funciones que le sean asignadas por su jefe inmediato y que por su naturaleza estén relacionadas con las funciones propias del cargo que desempeña. 	
<p>PERFIL DEL CARGO Nivel Educativo Bachiller Nivel de Experiencia 1 año en atención en mesas</p>	
Vo Bo Empleado	Vo Bo Jefe Inmediato

Tabla 79. Descripción y perfil de cargo. Vigilante

RESTAURANTE PLANETA BURGER LTDA. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
<p>NOTA: Las funciones consideradas en este documento son una guía para la evaluación y no un límite a las que el trabajador pueda realizar.</p>	
NOMBRE DEL CARGO: VIGILANTE	FECHA: DD: 01 MM: 08 AA: 2006
ÁREA: TODA EL ÁREA DEL RESTAURANTE	CARGO JEFE INMEDIATO: GERENTE
<p>OBJETIVO DEL CARGO Hacer que los visitantes del Restaurante Planeta Burger sientan la suficiente seguridad en aspectos tales como: parqueo de su vehículo, cuidado de los niños en el área de juegos, y seguridad en general.</p>	
<p>FUNCIÓN PRINCIPAL Vigilar y atender cualquier solicitud de la misma por parte de visitantes y empleados del restaurante con el ánimo de evitar cualquier situación que ponga en peligro la vida de quienes se encuentren en este lugar.</p>	
<p>DETALLE DE FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reaccionar de manera rápida y eficaz en el momento de cualquier eventualidad de riesgo. • Realizar vigilancia permanente en todas y cada una de las áreas del restaurante. • Brindar colaboración personalizada al cliente o personal que labora en el restaurante en caso de ser requerido. • Prestar atención a las sugerencias que realicen los clientes, con el ánimo de mejorar el servicio. • Mantener siempre una actitud de respeto y cordialidad hacia cada uno de los visitantes del restaurante y del personal que en él labora. • Manejar de manera adecuada y responsable elementos tales como: arma de dotación y extintor. 	
<p>PERFIL DEL CARGO</p> <p>Nivel Educativo Bachiller Curso básico de vigilancia</p> <p>Nivel de Experiencia 1 año en atención en mesas</p>	
Vo Bo Empleado	Vo Bo Jefe Inmediato

Tabla 80. Descripción y perfil de cargo. Oficios varios

RESTAURANTE PLANETA BURGER LTDA. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
<p>NOTA: Las funciones consideradas en este documento son una guía para la evaluación y no un límite a las que el trabajador pueda realizar.</p>	
NOMBRE DEL CARGO: OFICIOS VARIOS	FECHA: DD: 01 MM: 08 AA: 2006
ÁREA: COMEDOR Y COCINA	CARGO JEFE INMEDIATO: GERENTE
<p>OBJETIVO DEL CARGO Es el contacto directo de la empresa con nuestros clientes. Su misión es vender la mejor imagen de la empresa a través de la atención en el servicio a comedor.</p>	
<p>FUNCIÓN PRINCIPAL Destreza manual para desempeñar el trabajo, mantener una buena presentación personal, de buenos hábitos higiénicos, atento, ágil, cortés y diligente en el cumplimiento de sus labores.</p>	
<p>DETALLE DE FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adecuar en forma óptima la zona de atención al cliente en cuanto aseo y orden haciendo agradable la estadía en el Restaurante Planeta Burger. • Colaborar en el aseo y limpieza del área de cocina. • Mantener limpias y en excelente presentación las áreas verdes y comedores • Cumplir con las normas de higiene laboral, seguridad industrial y reglamento interno de trabajo. • Ser escrupuloso con su presentación y aseo personal. • Mantener las mesas limpias durante el servicio no dejando residuos o desperdicios de ninguna índole y no permitiendo en lo posible que caigan al piso. • Mantener un espíritu de colaboración, motivación y confraternidad interna que sea reflejada a los clientes. • Otras funciones que le sean asignadas por su jefe inmediato y que por su naturaleza estén relacionadas con las funciones propias del cargo que desempeña. 	
<p>PERFIL DEL CARGO Nivel Educativo Secundaria. Bachiller Clásico Nivel de Experiencia 1 año en atención en mesas</p>	
Vo Bo Empleado	Vo Bo Jefe Inmediato

Contador Público

La administración solicitará los servicios profesionales de un Contador Público, con experiencia en el manejo contable y tributario de restaurantes.

La prestación del servicio consistirá:

- Asesorías contables y tributarias cada semana dentro del área administrativa del Restaurante Planeta Burger.
- Revisión mensual del movimiento contable y conciliación bancaria de las cuentas bancarias.
- Rendición de informes mensuales y proyecciones en rubros de ventas y gastos operacionales.
- Elaboración y revisión mensual de la declaración de retención en la fuente.
- Elaboración y revisión bimensual de la declaración de ventas (IVA).
- Elaboración y revisión anual de la declaración de renta.
- Tramitología de créditos financieros y diligenciamiento de papeles requeridos a entidades financieras o a terceros.
- Tramitología de constitución legal de la empresa.
- Elaboración anual de la declaración de Industria y Comercio.
- Renovación de Matrícula Mercantil y Reformas Estatutarias ante la Cámara de Comercio de Bucaramanga.
- Presentación de Estados Financieros a entidades financieras y otras que las requieran.

● **Revisor Fiscal.** De igual manera se contratarán los servicios de un revisor fiscal, profesión contador, el cual tendrá dentro de sus funciones:

- Ejercer la inspección y vigilancia sobre el funcionamiento de la empresa.

- Velar porque se lleven regularmente la contabilidad de la empresa y se tomen las medidas de conservación de los bienes de la misma.
- Dar oportuna cuenta por escrito, a la Junta de socios y gerente según el caso de las irregularidades que ocurran en el funcionamiento de la empresa.
- Reportar cualquier anomalía observada en el manejo tanto de los libros contables como de cualquier otro aspecto que genere insatisfacción al interior de la empresa.
- Informar oportunamente las irregularidades o desviaciones del control que atente contra los recursos financieros de la organización.

4.3.3 Asignación salarial. Para la asignación de salarios se tiene en cuenta las normas legales vigentes que regulan el pago, las especificaciones del cargo, el perfil requerido, la capacidad financiera del proyecto para el inicio de actividades de la empresa y las condiciones del mercado, con lo cual se determinó los siguientes sueldos por mes. Ver tabla 58.

Tabla 81. Asignación salarial mensual para cargo

Cargo	Número de personas	Salario mes \$
Gerente	1	2.5 SMLV
Jefe de cocina	1	1.5 SMLV
Cajera	1	1.5 SMLV
Oficios Varios	1	1 SMLV
Vigilante	1	1.5 SMLV
Aux. de Cocina	3	1 SMLV
Meseros	2	1 SMLV

Por otra parte se cancelarán todas las prestaciones de ley teniendo en cuenta los siguientes factores:

Auxilio de transporte	\$47.700,00
Pensión	11,625%
Salud	8,00 %

Riesgos profesionales	1.044%
Prima	8,33%
Vacaciones	4,17%
Cesantías	8,33%
Intereses a las cesantías	12,00%
Caja de compensación familiar	4,00%
I.C.B.F	3,00%
SENA	2,00%
Dotación	7,00%

En lo referente al sueldo del contador y del revisor fiscal se manejará por prestación de servicios así:

Tabla 82. Asignación salarial para cargos por prestación de servicios.

Cargo	Número de personas	Salario año \$
Contador	1	\$3'600.000
Revisor fiscal	1	\$3'600.000

Para efecto de la liquidación de horas extras es necesario aclarar las reformas realizadas al artículo 179 del código de comercio¹⁸, modificaciones que fueron publicadas en el artículo 28 de la Ley 789 de 2002, la cual dispone:

"Se entiende que el trabajo dominical es ocasional cuando el trabajador labora hasta dos domingos durante el mes calendario. Se entiende que el trabajo dominical es habitual cuando el trabajador labore tres o más domingos durante el mes calendario".

¹⁸ VALDERRAMA DE PEÑA, Alba. Jefe Oficina Asesora Jurídica y de Apoyo Legislativo. Ministerio de la protección social. Septiembre de 2005. [on line] http://www.contabilidad.com.co/rss/2_Normatividad/Conceptos/C2_Laborales/Cpto%204634%2005-09-2005%20Min%20proteccion.pdf

La norma preinsera, nos indica que es trabajo dominical habitual, cuando el trabajador labora tres o más domingos durante el mes calendario.

De acuerdo a las disposiciones transcritas el trabajador que labore tres o más domingos en el mes calendario, tiene derecho al pago del recargo del 75% y a un día de descanso compensatorio remunerado.

Para efectuar la liquidación de los recargos diurnos y nocturnos en domingos y festivos el artículo 160 del Código Sustantivo del Trabajo, modificado por el artículo 25 de la Ley 789 de 2002, señala:

1. Trabajo ordinario es el que se realiza entre las seis horas (6:00) y las veintidós horas (10:00 p.m.).

2. Trabajo nocturno es el comprendido entre las veintidós horas (10: 00 p.m.) y las seis horas (6: 00 a.m.).

Por otra parte el artículo 168 ibídem, subrogado por el artículo 24 de la Ley 50 de 1990, dispone:

1. El trabajo nocturno, por el solo hecho de ser nocturno se remunera con un recargo de treinta y cinco por ciento (35%) sobre el valor del trabajo diurno.

2. El trabajo extra diurno se remunera con un recargo del veinticinco por ciento (25%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.

3. El trabajo extra nocturno se remunera con un recargo del setenta y cinco por ciento (75%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.

Así mismo el artículo 179 del citado código, modificado por el artículo 26 de la Ley 789 de 2002, prescribe:

♣ El trabajo en domingo y festivos se remunera con un recargo del setenta y cinco por ciento (75%) sobre el salario ordinario en proporción a las horas laboradas.

Si el trabajador labora en días domingos y festivos, es indiscutible que la labor ha de sujetarse a la jornada ordinaria o la máxima legal y así mismo deberá tenerse en cuenta si se cumple en horario diurno o nocturno, y si se trabaja tiempo A suplementario u horas extras, para efectos de la remuneración.

Quien trabaja horas extras- diurnas o nocturnas- o en jornada nocturna en domingos o festivos, ha de percibir una retribución superior frente a la de quien realiza esta 'misma labor en cualquier otro día de la semana. También se concluye que los recargos por horas extras y trabajo nocturno en días domingos y festivos, no se acumulan con los recargos por trabajo dominical, sino que cada uno de ellos opera por separado.

En términos numéricos, el trabajo dominical extra o suplementario se liquidaba antes de la reforma con un 2.25% o 2.75% según fuera diurno o nocturno y el trabajo dominical nocturno se recargaba en un 2.35%.

Ahora, con las nuevas disposiciones de la Ley 789 de 2002, el trabajo extra y el trabajo nocturno se adiciona con un recargo del 75% sobre el valor del trabajo ordinario, así:

♣ Hora extra dominical diurna, tiene un recargo del 100%, 75% por ser trabajo dominical y 25% por ser extra diurna.

♣ Hora extra nocturna dominical, tiene un recargo del 150%, 75% por trabajo dominical más 75% por ser extra nocturna.

♣ Trabajo dominical nocturno, tiene un recargo del 110%, 75% por trabajo dominical más 35% por ser nocturno.

Lo anterior aplica para todos los trabajadores de la empresa consultante cualquiera sea la actividad u oficio que el ella realicen.

De esta manera para efectos de la liquidación de las horas extras de los empleados contratados se tiene:

Tabla 83. Clasificación días ordinarios, festivos y laborales al año

MES	DOMINGOS	FESTIVOS	DÍAS/MES
ENERO	5	1	31
FEBRERO	4		28
MARZO	4	1	31
ABRIL	5	2	30
MAYO	4	2	31
JUNIO	4	2	30
JULIO	5	2	31
AGOSTO	4	2	31
SEPTIEMBRE	4		30
OCTUBRE	5	1	31
NOVIEMBRE	4	2	30
DICIEMBRE	5	2	31
TOTAL	53	17	365

De acuerdo a la tabla anterior se tiene:

- ♣ Días ordinarios = 295
- ♣ Días festivos = 70

Para efectos de la liquidación por recargo de horas nocturnas y horas dominicales y festivas en horario diurno y nocturno se tiene:

De acuerdo a la normatividad vigente para el año 2006, el salario mínimo se estableció en \$408.000, es decir, el valor de una hora ordinaria de trabajo es de \$1.700 y de acuerdo a las explicaciones dadas al respecto el recargo por

hora ordinaria nocturna es del 35%, por hora diurna en domingos y festivos es del 75% y por hora nocturna en domingos y festivos es del 110%.

Igualmente se aclara que cada uno de los empleados tendrá un día de compensatorio a la semana, para que su labor corresponda a las 48 horas semanales establecidas según la ley.

Tabla 84. Recargo horas extras. Cálculo sobre 1 SMLV

TIPO DE RECARGO	\$RECARGO	#DÍAS	#HORAS/DÍA	\$ANUAL
Hora nocturna ordinaria	595	295	3	526.575
Hora dominical y festivo diurna	1.275	70	5	446.250
Hora dominical y festivo nocturna	1.870	70	3	392.700
Total recargo horas extras				1.365.525

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 INVERSIONES

Con base en la información obtenida en los estudios de Mercado y Técnico se procede a realizar la cuantificación de las inversiones requeridas para el montaje y puesta en marcha del restaurante.

De acuerdo a la demanda utilizada y proyectada, establecida en el estudio técnico, se determinarán los costos, el presupuesto de ingresos y egresos, el punto de equilibrio, los estados financieros proyectados (flujo de caja, estado de pérdidas y ganancias y el balance general) y los indicadores financieros, los cuales indicarán en términos monetarios la rentabilidad que ofrece esta propuesta.

5.1.1 Inversión Fija. Se entiende por inversión fija o activos fijos tangibles, todos los bienes propiedad de la empresa como: equipos y herramienta para área de oficina, muebles y enseres y equipo de cómputo y oficina, necesarios para la instalación y operación de la nueva empresa. Ver Anexos F y G.

- **Equipo y herramienta.** Representa los equipos requeridos para el montaje y puesta en marcha de Restaurante Planeta Burger Ltda., destacándose: carro para comida rápida, horno para pizza doble, estufa industrial de dos puestos, congelados industrial y campana extractora. Lo anterior tiene un valor total incluido IVA de \$6'364.400,00=.

Tabla 85. Equipo y herramienta para área de cocina

CANT.	DESCRIPCIÓN	\$ UNIT.	\$ TOTAL
1	Carro para comida rápida	1.500.000	1.500.000
1	Horno para pizza doble	1.050.000	1.050.000
1	Estufa industrial de dos puestos	382.000	382.000
1	Campana extractora Haceb acero inoxidable	180.000	180.000
1	Congelador indufrial IC H7	1.255.000	1.255.000
1	Extintor marca solkaflan de 3750 gramos	140.000	140.000
2	Pinzas grandes inca	4.400	8.800
2	Pinzas buffet	4.100	8.200
48	Bandejas extra pequeñas	3.700	177.600
12	Bandejas personal	700	8.400
1	Espátula asador inca	8.600	8.600
1	Espátula de caucho	3.500	3.500
1	Corta pizza pequeño	13.500	13.500
1	Cucharón vaniplas	3.000	3.000
1	Cuchillo sierra pan	4.400	4.400
1	Hachuela power #8	9.000	9.000
4	Cuchillo #8 profesional	20.000	80.000
1	Espátula power #4	3.500	3.500
15	Salseros imusa	1.100	16.500
1	Licuadaora industrial en acero opaco	850.000	850.000
1	Licuadaora pequeña oster	145.000	145.000
1	Olla universal de 13 litros	165.000	165.000
1	Caldero Ref: 135 inca	60.700	60.700
1	Caldero Ref: 134 inca	48.200	48.200
2	Juego recipientes para alimentos	62000	124000
1	Colador mediano acero	11.500	11.500
1	Colador litro grande	1500	1500
1	Colador NP	2900	2900
15	Tazones	5400	81000
1	Tanque de 20 litros	6.600	6.600
1	Tanque de 25 litros	16.000	16.000
	Total		6.364.400

- **Muebles y enseres.** Comprende todo lo necesario para el área administrativa y de prestación del servicio (caja y área de cocina), como son: divisiones, registradora, ventilador, comedor para bebe, juegos de madera,

piscina para juegos infantiles, televisor y minicomponente entre otros. Valor incluido IVA \$\$10'284.826.

Tabla 86. Muebles y enseres área de operación

CANT.	DESCRIPCIÓN	\$ UNIT.	\$ TOTAL
2	División Ofiplus de 90 x 201	284.954	569.908
1	División Ofiplus de 100 x 201	386.512	386.512
4	Paral redondo	29.580	118.912
1	Superficie recta de 100 x 60	112.404	112.404
1	Gaveta útiles varios con chapa	49.300	49.300
2	Ménsulas Nylon	19.720	39.440
1	Registradora Casio 260 (10 Departamentos, 500 códigos)	310.000	310.000
1	Ventilador Samurai 3 en 1	94.000	94.000
1	Teléfono	20.000	20.000
5	Comedor para bebe en marfil	25.000	125.000
15	Juegos mesa en madera por 4 sillas	127.400	1.911.000
1	Butaco Giratorio 4 Pistas tapizado en Cordobán	47.000	47.000
1	Juego de Piscina para recreación Infantil	2.200.000	2.200.000
1	Mesa rimax blanco	50.000	50.000
4	Sillas rimax	22.000	88.000
1	Televisor marca Samsug 21M16	449.000	449.000
1	Minicomponente marca Sony 290	649.000	649.000
10	Cd's de música	25.000	250.000
10	Cubiertos inca	11.000	110.000
10	Juegos utensilios inca	28.000	280.000
15	Vajilla 4 puestos porcelana	35.000	525.000
15	Servilleteros	2.500	37.500
1	Extintor marca solkaflan de 3750 gramos	140.000	140.000
1	Pecera para dulces en vidrio	15.000	15.000
5	Canecas para aseo	20.000	100.000
45	Vasos de vidrio	800	36000
5	Ceniceros peldar	1.800	9.000
15	Vasos cervecedores	2.700	40.500
20	Tablas para churrasco	5.000	100.000
1	Reloj de pared	20.000	20.000
	Total		8.882.476

Tabla 87. Muebles y enseres área de administración

CANT.	DESCRIPCIÓN	\$ UNIT.	\$ TOTAL
1	Mesa marca radial 150 x 150 cms 2Lx1c	557.090	557.090
1	Basurero metal redondo	39.440	39.440
1	Silla sentra operativa	177.480	177.480
2	Silla sentra interlocutora	93.670	187.340
1	Teléfono fax marca panasonic	300.000	300.000
1	Ventilador de pared de 16 pulgadas	41.000	41.000
1	Botiquín	80.000	80.000
1	Reloj de pared	20.000	20.000
	Total		1.402.350

- **Equipo de cómputo y oficina.** Conformado por el equipo de cómputo con todos sus accesorios. El valor total del equipo de oficina asciende a \$1'655.000, incluido IVA.

Tabla 88. Equipo de cómputo y ofician

CANT.	DESCRIPCIÓN	\$ UNIT.	\$ TOTAL
1	Computador supereconómico Compumax	1.655.000	1.655.000

- **Total inversión fija.** Estará conformado por la inversión en equipo y herramienta para área de cocina por un valor de \$6'364.400,00=, los muebles y enseres del area de servicio y administrativa \$10'284.826 y el equipo de cómputo y oficina por un monto de \$1'655.000 equivalentes a un valor total de \$18'304.226.

Tabla 89. Total inversión fija

Concepto	Valor total \$
Equipos y herramienta para área de cocina	6.364.400
Muebles y enseres para área de servicio	8.882.476
Muebles y enseres para área de administración	1.402.350
Equipo de computo y oficina	1.655.000
Total	18.304.226

5.1.2 Inversión diferida. Corresponde a todas las erogaciones de dinero que se deben realizar antes de la puesta en marcha de la empresa y que son necesarias para su funcionamiento; comprende los gastos preoperativos, como son: el estudio de factibilidad, los derechos notariales por constitución de la sociedad o escritura de constitución, el pago de estudio de nombre y registro en la Cámara de Comercio de Bucaramanga, la publicidad de lanzamiento, la licencia de contabilidad y la licencia de windows, dentro de los principales. Estos gastos serán amortizados en los cinco años siguientes al inicio de actividades de la empresa, el valor de la inversión diferida asciende a \$9'777.340. Ver anexo E.

Tabla 90. Inversión diferida

Concepto	Valor total \$
Estudio de Factibilidad	1.500.000
Estudio Nombre y registro notarial	1.000.000
Adecuaciones locativas	1.000.000
Publicidad de lanzamiento	1.997.340
Uso de licencia (software)	3.880.000
Instalaciones de equipos	300.000
Libros de contabilidad	100.000
Total inversión diferida	9.777.340

Tabla 91. Inversión diferida. Software

CANT.	DESCRIPCIÓN	\$ UNIT.	\$ TOTAL
1	Licencias de windows profesional XP	580.000	580.000
1	Software para contabilidad. SIIGO básico	3.300.000	3.300.000
	TOTAL		3.880.000

Tabla 92. Inversión diferida. Instalación de equipos

CANT.	DESCRIPCIÓN	\$ UNIT.	\$ TOTAL
1	Instalación de polos a tierra para equipo de cómputo	100.000	100.000
1	Instalación de licencia de windows profesional XP	100.000	100.000

1	Instalación de software para contabilidad. SIIGO básico	100.000	100.000
	TOTAL		300.000

Tabla 93. Inversión diferida. Publicidad de lanzamiento

CANT.	DESCRIPCIÓN	\$ UNIT.	\$ TOTAL
220	Gaseosas	567	124.740
220	Degustaciones	2.000	440.000
130	Cuñas radiales en la Mega (cinco diarias/mes)	11.020	1.432.600
	Total		1.997.340

5.1.3 Inversión de capital de trabajo. Es el capital de giro adicional que el proyecto necesita para su operación durante el primer mes de funcionamiento; empleado para financiar los costos y gastos antes de recibir ingresos. En este proyecto el capital de giro o capital de trabajo lo conforman los costos de producción, los gastos de administración y los gastos financieros.

- **Costos de producción.** Se incluyen los elementos esenciales del costo como son las materias primas, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación así:

- ♣ **Materias primas.** Esta determinada por cada uno de los ingredientes requeridos para la elaboración de cada plato de comida rápida. Para determinar la cantidad promedio de platos a elaborar de acuerdo a la carta propuesta se tomará como base el número de mesas a instalar -15 mesas- con un promedio de utilización de ocho veces al día, y con un número de días al año abierto al público de 360; el 7.5% de la demanda insatisfecha será la capacidad utilizada y proyectada. A continuación se relacionaran las cantidades a elaborar en cinco años, el valor unitario de

materia prima de cada uno de ellos y el valor total de la materia prima de acuerdo a las cantidades anuales a elaborar. Ver Tablas 94 y 95.

Tabla 94. Número de platos de comidas rápida a elaborar

COMIDAS RÁPIDAS	% PARTICIPACIÓN	AÑO 2007	AÑO 2008	AÑO 2009	AÑO 2010	AÑO 2011
Hamburguesa	32%	24.246	26.265	28.322	30.376	29.087
Pizza	15%	11.365	12.312	13.276	14.240	13.634
Perro	9%	6.820	7.388	7.966	8.543	8.181
Choripapa	7%	5.304	5.745	6.196	6.645	6.362
Salchipapa	7%	5.304	5.745	6.196	6.645	6.362
Churrasco	6%	4.546	4.924	5.310	5.695	5.454
Colombinas de pollo	6%	4.546	4.924	5.310	5.695	5.454
Flautas	6%	4.546	4.924	5.310	5.695	5.454
Sandwich de pollo	6%	4.546	4.924	5.310	5.695	5.454
Mazorca desgranada	6%	4.546	4.924	5.310	5.695	5.454
TOTAL	100%	75.769	82.075	88.506	94.924	90.896

Tabla 95. Número de bebidas a elaborar y/o vender

BEBIDAS	% PARTICIPACIÓN	AÑO 2007	AÑO 2008	AÑO 2009	AÑO 2010	AÑO 2011
Gaseosa	62%	46.977	50.886	54.875	58.854	56.355
Cerveza	10%	7.577	8.208	8.850	9.492	9.090
Limonada de panela	10%	7.577	8.208	8.850	9.492	9.090
Naranjada	10%	7.577	8.208	8.850	9.492	9.090
Agua	8%	6.061	6.565	7.081	7.594	7.271
TOTAL	100%	75.769	82.075	88.506	94.924	90.896

A continuación se realizarán los cálculos del costo unitario de cada uno de los platos de comida rápida y bebidas a ofrecer en Planeta Burger Ltda. Ver tablas 96 a la 112.

La estimación de los costos fue calculada de acuerdo a la información suministrada por los proveedores, ver anexo H, y las cantidades que se requieren fueron calculadas gracias a la colaboración del padre de la autora quien se dedica a la elaboración de este tipo de comidas por espacio de más de cuatro años.

✖ Hamburguesa

Tabla 96. Materia prima hamburguesa

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo
Carne hamburguesa salsan	629	lonja	1	lonja	629
Pan torta	140	unid	1	unid	140
Rodaja de cebolla	800	libra	50	gr	80
Rodaja de tomate	1.000	libra	50	gr	100
Pollo desmechado	3.300	libra	90	gr	594
Salsa tradicional					339
Queso tajada	200	unid	1	unid	200
Aceite hamburguesa	3.500	litro	30	c.c.	105
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280
Sal	500	libra	10	gr	10
Porción de papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209
Total					2.686

Tabla 97. Materia prima salsa tradicional por porción.

Salsa tradicional	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo
Mayonesa	2.340	litro	25	cc	59
Salsa roja	1.660	litro	25	cc	42
Salsa rosada	2.390	litro	25	cc	60
Mostaza	1.500	litro	25	cc	38
Pepino	200	libra	100	gr	40
Pimentón	1500	libra	30	gr	90
Sal	500	libra	10	gr	10
Total					339

*** Pizza pollo con champiñones**

Tabla 98. Materia prima pizza pollo con champiñones

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo
Masa precocida	916	libra	600	gr	1100
Salsa base					217
Champiñones	3.900	libra	220	gr	1716
Queso	2.800	libra	500	gr	2800
Pollo	3.300	libra	220	gr	1452
Total					7.285

Tabla 99. Materia prima salsa base para pizza

Salsa base	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo
Mayonesa	2.340	litro	25	cc	11
Salsa roja	1.660	litro	25	cc	15
Condimento	10000	libra	20	gr	5
Cebolla junca	1000	libra	100	gr	50
Cebolla cabezona	800	libra	100	gr	63
Sal	500	libra	30	gr	30
Pimentón	1500	libra	100	gr	34
Hoja de apio	1500	libra	25	gr	9
Total					217

*** Pizza carnes**

Tabla 100. Materia prima pizza carnes

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo
Masa precocida	916	libra	600	gr	1100
Salsa base					217
Salami	2.550	libra	65	gr	332
Tocineta	8.750	libra	65	gr	1138
Cávanos	8.375	libra	65	gr	1089
Queso	2.800	libra	500	gr	2800
Cebolla cabezona	800	libra	100	gr	160
Pimentón	1500	libra	100	gr	300
Total					7.136

✖ **Pizza hawaiana**

Tabla 101. Materia prima pizza hawaiana

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo
Masa precocida	916	libra	600	gr	1100
Salsa base					217
Piña	1.000	libra	750	gr	1500
Queso	2.800	libra	650	gr	3640
Salami picado	2.550	libra	100	gr	510
Total					6.967

✖ **Perro**

Tabla 102. Materia prima perro caliente

Materia Prima	Precio /Unidad	Cantidad	Unid	Costo	
Pan rollo	130	unid	1	unid	130
Salchicha hot dog	633	unid	1	unid	533
Cebolla cabezona	800	libra	100	gr	63
Queso	200	unid	1	unid	200
Papa triturada	2.200	libra	50	gr	220
Salsas					339
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209
Sal	500	libra	10	gr	10
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280
Total					1.984

✖ **Choripapa**

Tabla 103. Materia prima choripapa

Materia Prima	Precio /Unidad	Cantidad	Unid	Costo	
Chorizo	780	unid	2	unid	1560
Salsas					339
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209
Sal	500	libra	10	gr	10
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280
Total					2.398

*** Salchipapa**

Tabla 104. Materia prima salchipapa

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo
Salchicha montañera ahumada	530	unid	2	unid	1060
Salsas					339
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209
Sal	500	libra	10	gr	10
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280
Total					1.898

*** Churrasco**

Tabla 105. Materia prima churrasco

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo
Carne	4.600	libra	200	gr	1840
Aceite mazorca	3.500	litro	30	c.c.	105
Salsa especial					963
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209
Sal	500	libra	10	gr	10
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280
Total					3.407

Tabla 106. Materia prima salsa especial para churrasco

Salsa especial	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo
Salsa negra	5.000	litro	100	cc	500
Ajo	3.000	libra	20	gr	120
Condimento	10000	libra	10	gr	200
Cebolla junca	1000	libra	100	gr	50
Cebolla cabezona	800	libra	100	gr	63
Sal	500	libra	30	gr	30
Total					963

✖ Colombinas de pollo

Tabla 107. Materia prima colombinas de pollo

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo
Colombinas de pollo	455	unid	4	unid	1.820
Aceite colombinas	3.500	litro	30	c.c.	105
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209
Sal	500	libra	10	gr	10
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280
Salsa					339
Total					2.763

✖ Flautas

Tabla 108. Materia prima flautas

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo
Flauta	585	unid	1	unid	585
Aceite hamburguesa	3.500	litro	30	c.c.	9
Total					594

✖ Sandwich de pollo

Tabla 109. Materia prima sandwich de pollo

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo
Pan tajado	65	unid	2	unid	130
Lechuga	1.500	libra	50	gr	150
Rodaja de cebolla	800	libra	50	gr	80
Rodaja de tomate	1.000	libra	50	gr	100
Jamonilla	170	unid	1	unid	170
Queso tajada	200	unid	1	unid	200
Pollo	3.300	libra	50	gr	330
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209
Sal	500	libra	10	gr	10
Aceite papa	3.500	litro	80	cc	280
Salsa					339
Total					1.998

*** Mazorca desgranada**

Tabla 110. Materia prima mazorca desgranada

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo
Mazorca desgranada	1.500	libra	250	gr	750
Queso salado	3.000	libra	100	gr	600
Pollo desmechado	3.300	libra	100	gr	660
Aceite mazorca	3.500	litro	30	c.c.	105
Salsa tradicional					339
Total					2.454

*** Limonada de panela**

Tabla 111. Materia prima limonada de panela

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo
Panela	667	kilo	50	gr	34
Limón	50	unid	1	unid	50
Total					84

*** Naranjada**

Tabla 112. Materia prima naranjada

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo
Naranja	160	unid	1	unid	160
Limón	50	unid	1	unid	50
Azúcar	900	libra	50	gr	90
Total					300

A continuación se muestran los costos totales de materia prima necesarios para la elaboración de los diferentes platos de comida rápida y bebidas durante los cinco años de vida útil del proyecto. Ver tablas 113 a 197.

Tabla 113. Costo materia prima hamburguesa año 1

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 1	Costo total año 1
Carne hamburguesa salsan	629	lonja	1	lonja	629	24.246	15.250.734
Pan torta	140	unid	1	unid	140	24.246	3.394.440
Rodaja de cebolla	800	libra	50	gr	80	24.246	1.939.680
Rodaja de tomate	1.000	libra	50	gr	100	24.246	2.424.600
Pollo desmechado	3.300	libra	90	gr	594	24.246	14.402.124
Salsa tradicional					339	24.246	8.219.394
Queso tajada	200	unid	1	unid	200	24.246	4.849.200
Aceite hamburguesa	3.500	litro	30	c.c.	105	24.246	2.545.830
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	24.246	6.788.880
Sal	500	libra	10	gr	10	24.246	242.460
Porción de papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	24.246	5.067.414
Total					2.686		65.124.756

Tabla 114. Costo materia prima hamburguesa año 2

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 2	Costo total año 2
Carne hamburguesa salsan	629	lonja	1	lonja	629	26.265	16.520.685
Pan torta	140	unid	1	unid	140	26.265	3.677.100
Rodaja de cebolla	800	libra	50	gr	80	26.265	2.101.200
Rodaja de tomate	1.000	libra	50	gr	100	26.265	2.626.500
Pollo desmechado	3.300	libra	90	gr	594	26.265	15.601.410
Salsa tradicional					209	26.265	5.489.385
Queso tajada	200	unid	1	unid	200	26.265	5.253.000
Aceite hamburguesa	3.500	litro	30	c.c.	105	26.265	2.757.825
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	26.265	7.354.200
Sal	500	libra	10	gr	10	26.265	262.650
Porción de papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	26.265	5.489.385
Total					2.556		67.133.340

Tabla 115. Costo materia prima hamburguesa año 3

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 3	Costo total año 3
Carne hamburguesa salsan	629	lonja	1	lonja	629	28.322	17.814.538
Pan torta	140	unid	1	unid	140	28.322	3.965.080
Rodaja de cebolla	800	libra	50	gr	80	28.322	2.265.760
Rodaja de tomate	1.000	libra	50	gr	100	28.322	2.832.200
Pollo desmechado	3.300	libra	90	gr	594	28.322	16.823.268
Salsa tradicional					209	28.322	5.919.298
Queso tajada	200	unid	1	unid	200	28.322	5.664.400
Aceite hamburguesa	3.500	litro	30	c.c.	105	28.322	2.973.810
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	28.322	7.930.160
Sal	500	libra	10	gr	10	28.322	283.220
Porción de papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	28.322	5.919.298
Total					2.556		72.391.032

Tabla 116. Costo materia prima hamburguesa año 4

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 4	Costo total año 4
Carne hamburguesa salsan	629	lonja	1	lonja	629	30.376	19.106.504
Pan torta	140	unid	1	unid	140	30.376	4.252.640
Rodaja de cebolla	800	libra	50	gr	80	30.376	2.430.080
Rodaja de tomate	1.000	libra	50	gr	100	30.376	3.037.600
Pollo desmechado	3.300	libra	90	gr	594	30.376	18.043.344
Salsa tradicional					209	30.376	6.348.584
Queso tajada	200	unid	1	unid	200	30.376	6.075.200
Aceite hamburguesa	3.500	litro	30	c.c.	105	30.376	3.189.480
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	30.376	8.505.280
Sal	500	libra	10	gr	10	30.376	303.760
Porción de papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	30.376	6.348.584
Total					2.556		77.641.056

Tabla 117. Costo materia prima hamburguesa año 5

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 5	Costo total año 5
Carne hamburguesa salsan	629	lonja	1	lonja	629	29.087	18.295.723
Pan torta	140	unid	1	unid	140	29.087	4.072.180
Rodaja de cebolla	800	libra	50	gr	80	29.087	2.326.960
Rodaja de tomate	1.000	libra	50	gr	100	29.087	2.908.700
Pollo desmechado	3.300	libra	90	gr	594	29.087	17.277.678
Salsa tradicional					209	29.087	6.079.183
Queso tajada	200	unid	1	unid	200	29.087	5.817.400
Aceite hamburguesa	3.500	litro	30	c.c.	105	29.087	3.054.135
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	29.087	8.144.360
Sal	500	libra	10	gr	10	29.087	290.870
Porción de papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	29.087	6.079.183
Total					2.556		74.346.372

Tabla 118. Costo materia prima pizza pollo con champiñones año 1

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 1	Costo total año 1
Masa precocida	916	libra	600	gr	1100	3.978	4.375.800
Salsa base					217	3.978	863.226
Champiñones	3.900	libra	220	gr	1716	3.978	6.826.248
Queso	2.800	libra	500	gr	2800	3.978	11.138.400
Pollo	3.300	libra	220	gr	1452	3.978	5.776.056
Total					7.285		28.979.730

Tabla 119. Costo materia prima pizza pollo con champiñones año 2

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 2	Costo total año 2
Masa precocida	916	libra	600	gr	1100	4.309	4.739.900
Salsa base					217	4.309	935.053
Champiñones	3.900	libra	220	gr	1716	4.309	7.394.244
Queso	2.800	libra	500	gr	2800	4.309	12.065.200
Pollo	3.300	libra	220	gr	1452	4.309	6.256.668
Total					7.285		31.391.065

Tabla 120. Costo materia prima pizza pollo con champiñones año 3

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 3	Costo total año 3
Masa precocida	916	libra	600	gr	1100	4.647	5.111.700
Salsa base					217	4.647	1.008.399
Champiñones	3.900	libra	220	gr	1716	4.647	7.974.252
Queso	2.800	libra	500	gr	2800	4.647	13.011.600
Pollo	3.300	libra	220	gr	1452	4.647	6.747.444
Total					7.285		33.853.395

Tabla 121. Costo materia prima pizza pollo con champiñones año 4

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 4	Costo total año 4
Masa precocida	916	libra	600	gr	1100	4.984	5.482.400
Salsa base					217	4.984	1.081.528
Champiñones	3.900	libra	220	gr	1716	4.984	8.552.544
Queso	2.800	libra	500	gr	2800	4.984	13.955.200
Pollo	3.300	libra	220	gr	1452	4.984	7.236.768
Total					7.285		36.308.440

Tabla 122. Costo materia prima pizza pollo con champiñones año 5

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 5	Costo total año 5
Masa precocida	916	libra	600	gr	1100	4.772	5.249.200
Salsa base					217	4.772	1.035.524
Champiñones	3.900	libra	220	gr	1716	4.772	8.188.752
Queso	2.800	libra	500	gr	2800	4.772	13.361.600
Pollo	3.300	libra	220	gr	1452	4.772	6.928.944
Total					7.285		34.764.020

Tabla 123. Costo materia prima pizza carnes año 1

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 1	Costo total año 1
Masa precocida	916	libra	600	gr	1100	3.978	4.375.800
Salsa base					217	3.978	863.226
Salami	2.550	libra	65	gr	332	3.978	1.320.696
Tocineta	8.750	libra	65	gr	1138	3.978	4.526.964
Cávanos	8.375	libra	65	gr	1089	3.978	4.332.042
Queso	2.800	libra	500	gr	2800	3.978	11.138.400
Cebolla cabezona	800	libra	100	gr	160	3.978	636.480
Pimentón	1500	libra	100	gr	300	3.978	1.193.400
Total					7.136		28.387.008

Tabla 124. Costo Materia Prima Pizza Carnes Año 2

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 2	Costo total año 2
Masa precocida	916	libra	600	gr	1100	4.309	4.739.900
Salsa base					217	4.309	935.053
Salami	2.550	libra	65	gr	332	4.309	1.430.588
Tocineta	8.750	libra	65	gr	1138	4.309	4.903.642
Cávanos	8.375	libra	65	gr	1089	4.309	4.692.501
Queso	2.800	libra	500	gr	2800	4.309	12.065.200
Cebolla cabezona	800	libra	100	gr	160	4.309	689.440
Pimentón	1500	libra	100	gr	300	4.309	1.292.700
Total					7.136		30.749.024

Tabla 125. Costo materia prima pizza carnes año 3

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 3	Costo total año 3
Masa precocida	916	libra	600	gr	1100	4.647	5.111.700
Salsa base					217	4.647	1.008.399
Salami	2.550	libra	65	gr	332	4.647	1.542.804
Tocineta	8.750	libra	65	gr	1138	4.647	5.288.286
Cávanos	8.375	libra	65	gr	1089	4.647	5.060.583
Queso	2.800	libra	500	gr	2800	4.647	13.011.600
Cebolla cabezona	800	libra	100	gr	160	4.647	743.520
Pimentón	1500	libra	100	gr	300	4.647	1.394.100
Total					7.136		33.160.992

Tabla 126. Costo materia prima pizza carnes año 4

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 4	Costo total año 4
Masa precocida	916	libra	600	gr	1100	4.984	5.482.400
Salsa base					217	4.984	1.081.528
Salami	2.550	libra	65	gr	332	4.984	1.654.688
Tocineta	8.750	libra	65	gr	1138	4.984	5.671.792
Cávanos	8.375	libra	65	gr	1089	4.984	5.427.576
Queso	2.800	libra	500	gr	2800	4.984	13.955.200
Cebolla cabezona	800	libra	100	gr	160	4.984	797.440
Pimentón	1500	libra	100	gr	300	4.984	1.495.200
Total					7.136		35.565.824

Tabla 127. Costo materia prima pizza carnes año 5

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 5	Costo total año 5
Masa precocida	916	libra	600	gr	1100	4.772	5.249.200
Salsa base					217	4.772	1.035.524
Salami	2.550	libra	65	gr	332	4.772	1.584.304
Tocineta	8.750	libra	65	gr	1138	4.772	5.430.536
Cávanos	8.375	libra	65	gr	1089	4.772	5.196.708
Queso	2.800	libra	500	gr	2800	4.772	13.361.600
Cebolla cabezona	800	libra	100	gr	160	4.772	763.520
Pimentón	1500	libra	100	gr	300	4.772	1.431.600
Total					7.136		34.052.992

Tabla 128. Costo materia prima pizza hawaiana año 1

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 1	Costo total año 1
Masa precocida	916	libra	600	gr	1100	3.409	3.749.900
Salsa base					217	3.409	739.753
Piña	1.000	libra	750	gr	1500	3.409	5.113.500
Queso	2.800	libra	650	gr	3640	3.409	12.408.760
Salami picado	2.550	libra	100	gr	510	3.409	1.738.590
Total					6.967		23.750.503

Tabla 129. Costo materia prima pizza hawaiana año 2

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 2	Costo total año 2
Masa precocida	916	libra	600	gr	1100	3.694	4.063.400
Salsa base					217	3.694	801.598
Piña	1.000	libra	750	gr	1500	3.694	5.541.000
Queso	2.800	libra	650	gr	3640	3.694	13.446.160
Salami picado	2.550	libra	100	gr	510	3.694	1.883.940
Total					6.967		25.736.098

Tabla 130. Costo materia prima pizza hawaiana año 3

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 3	Costo total año 3
Masa precocida	916	libra	600	gr	1100	3.982	4.380.200
Salsa base					217	3.982	864.094
Piña	1.000	libra	750	gr	1500	3.982	5.973.000
Queso	2.800	libra	650	gr	3640	3.982	14.494.480
Salami picado	2.550	libra	100	gr	510	3.982	2.030.820
Total					6.967		27.742.594

Tabla 131. Costo materia prima pizza hawaiana año 4

Masa precocida	916	libra	600	gr	1100	4.272	4.699.200
Salsa base					217	4.272	927.024
Piña	1.000	libra	750	gr	1500	4.272	6.408.000
Queso	2.800	libra	650	gr	3640	4.272	15.550.080
Salami picado	2.550	libra	100	gr	510	4.272	2.178.720
Total					6.967		29.763.024

Tabla 132. Costo materia prima pizza hawaiana año 5

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 5	Costo total año 5
Masa precocida	916	libra	600	gr	1100	4.090	4.499.000
Salsa base					217	4.090	887.530
Piña	1.000	libra	750	gr	1500	4.090	6.135.000
Queso	2.800	libra	650	gr	3640	4.090	14.887.600
Salami picado	2.550	libra	100	gr	510	4.090	2.085.900
Total					6.967		28.495.030

Tabla 133. Costo materia prima perro caliente año 1

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 1	Costo total año 1
Pan rollo	130	unid	1	unid	130	6.820	886.600
Salchicha hot dog	633	unid	1	unid	533	6.820	3.635.060
Cebolla cabezona	800	libra	100	gr	63	6.820	429.660
Queso	200	unid	1	unid	200	6.820	1.364.000
Papa triturada	2.200	libra	50	gr	220	6.820	1.500.400
Salsas					339	6.820	2.311.980
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	6.820	1.425.380

Sal	500	libra	10	gr	10	6.820	68.200
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	6.820	1.909.600
Total					1.984		13.530.880

Tabla 134. Costo materia prima perro caliente año 2

Materia Prima	Precio /Unidad	Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 2	Costo total año 2
Pan rollo	130	unid	1	unid	130	960.440
Salchicha hot dog	633	unid	1	unid	533	3.937.804
Cebolla cabezona	800	libra	100	gr	63	465.444
Queso	200	unid	1	unid	200	1.477.600
Papa triturada	2.200	libra	50	gr	220	1.625.360
Salsas					339	2.504.532
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	1.544.092
Sal	500	libra	10	gr	10	73.880
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	2.068.640
Total					1.984	14.657.792

Tabla 135. Costo materia prima perro caliente año 3

Materia Prima	Precio /Unidad	Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 3	Costo total año 3
Pan rollo	130	unid	1	unid	130	1.035.580
Salchicha hot dog	633	unid	1	unid	533	4.245.878
Cebolla cabezona	800	libra	100	gr	63	501.858
Queso	200	unid	1	unid	200	1.593.200
Papa triturada	2.200	libra	50	gr	220	1.752.520
Salsas					339	2.700.474

Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	7.966	1.664.894
Sal	500	libra	10	gr	10	7.966	79.660
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	7.966	2.230.480
Total					1.984		15.804.544

Tabla 136. Costo materia prima perro caliente año 4

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 4	Costo total año 4
Pan rollo	130	unid	1	unid	130	8.543	1.110.590
Salchicha hot dog	633	unid	1	unid	533	8.543	4.553.419
Cebolla cabezona	800	libra	100	gr	63	8.543	538.209
Queso	200	unid	1	unid	200	8.543	1.708.600
Papa triturada	2.200	libra	50	gr	220	8.543	1.879.460
Salsas					339	8.543	2.896.077
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	8.543	1.785.487
Sal	500	libra	10	gr	10	8.543	85.430
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	8.543	2.392.040
Total					1.984		16.949.312

Tabla 137. Costo materia prima perro caliente año 5

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 5	Costo total año 5
Pan rollo	130	unid	1	unid	130	8.181	1.063.530
Salchicha hot dog	633	unid	1	unid	533	8.181	4.360.473
Cebolla cabezona	800	libra	100	gr	63	8.181	515.403
Queso	200	unid	1	unid	200	8.181	1.636.200
Papa triturada	2.200	libra	50	gr	220	8.181	1.799.820
Salsas					339	8.181	2.773.359
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	8.181	1.709.829

Sal	500	libra	10	gr	10	8.181	81.810
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	8.181	2.290.680
Total					1.984		16.231.104

Tabla 138. Costo materia prima choripapa año 1

Materia Prima	Precio /Unidad	Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 1	Costo total año 1	
Chorizo	780	unid	2	unid	1560	5.304	8.274.240
Salsas					339	5.304	1.798.056
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	5.304	1.108.536
Sal	500	libra	10	gr	10	5.304	53.040
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	5.304	1.485.120
Total					2.398		12.718.992

Tabla 139. Costo materia prima choripapa año 2

Materia Prima	Precio /Unidad	Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 2	Costo total año 2	
Chorizo	780	unid	2	unid	1560	5.745	8.962.200
Salsas					339	5.745	1.947.555
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	5.745	1.200.705
Sal	500	libra	10	gr	10	5.745	57.450
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	5.745	1.608.600
Total					2.398		13.776.510

Tabla 140. Costo materia prima choripapa año 3

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 3	Costo total año 3
Chorizo	780	unid	2	unid	1560	6.196	9.665.760
Salsas					339	6.196	2.100.444
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	6.196	1.294.964
Sal	500	libra	10	gr	10	6.196	61.960
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	6.196	1.734.880
Total					2.398		14.858.008

Tabla 141. Costo materia prima choripapa año 4

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 4	Costo total año 4
Chorizo	780	unid	2	unid	1560	6.645	10.366.200
Salsas					339	6.645	2.252.655
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	6.645	1.388.805
Sal	500	libra	10	gr	10	6.645	66.450
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	6.645	1.860.600
Total					2.398		15.934.710

Tabla 142. Costo materia prima choripapa año 5

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 5	Costo total año 5
Chorizo	780	unid	2	unid	1560	6.362	9.924.720
Salsas					339	6.362	2.156.718
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	6.362	1.329.658
Sal	500	libra	10	gr	10	6.362	63.620
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	6.362	1.781.360
Total					2.398		15.256.076

Tabla 143. Costo materia prima salchipapa año 1

Materia Prima	Precio /Unidad	Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 1	Costo total año 1	
Salchicha montañera ahumada	530	unid	2	unid	1060	5.304	5.622.240
Salsas					339	5.304	1.798.056
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	5.304	1.108.536
Sal	500	libra	10	gr	10	5.304	53.040
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	5.304	1.485.120
Total					1.898		10.066.992

Tabla 144. Costo materia prima salchipapa año 2

Materia Prima	Precio /Unidad	Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 2	Costo total año 2	
Salchicha montañera ahumada	530	unid	2	unid	1060	5.745	6.089.700
Salsas					339	5.745	1.947.555
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	5.745	1.200.705
Sal	500	libra	10	gr	10	5.745	57.450
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	5.745	1.608.600
Total					1.898		10.904.010

Tabla 145. Costo materia prima salchipapa año 3

Materia Prima	Precio /Unidad	Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 3	Costo total año 3	
Salchicha montañera ahumada	530	unid	2	unid	1060	6.196	6.567.760
Salsas					339	6.196	2.100.444
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	6.196	1.294.964
Sal	500	libra	10	gr	10	6.196	61.960
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	6.196	1.734.880
Total					1.898		11.760.008

Tabla 146. Costo materia prima salchipapa año 4

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 4	Costo total año 4
Salchicha montañera ahumada	530	unid	2	unid	1060	6.645	7.043.700
Salsas					339	6.645	2.252.655
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	6.645	1.388.805
Sal	500	libra	10	gr	10	6.645	66.450
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	6.645	1.860.600
Total					1.898		12.612.210

Tabla 147. Costo materia prima salchipapa año 5

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 5	Costo total año 5
Salchicha montañera ahumada	530	unid	2	unid	1060	6.362	6.743.720
Salsas					339	6.362	2.156.718
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	6.362	1.329.658
Sal	500	libra	10	gr	10	6.362	63.620
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	6.362	1.781.360
Total					1.898		12.075.076

Tabla 148. Costo materia prima churrasco año 1

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 1	Costo total año 1
Carne	4.600	libra	200	gr	1840	4.546	8.364.640
Aceite mazorca	3.500	litro	30	c.c.	105	4.546	477.330
Salsa especial					963	4.546	4.377.798
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	4.546	950.114
Sal	500	libra	10	gr	10	4.546	45.460
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	4.546	1.272.880
Total					3.407		15.488.222

Tabla 149. Costo materia prima churrasco año 2

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 2	Costo total año 2
Carne	4.600	libra	200	gr	1840	4.924	9.060.160
Aceite mazorca	3.500	litro	30	c.c.	105	4.924	517.020
Salsa especial					963	4.924	4.741.812
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	4.924	1.029.116
Sal	500	libra	10	gr	10	4.924	49.240
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	4.924	1.378.720
Total					3.407		16.776.068

Tabla 150. Costo materia prima churrasco año 3

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 3	Costo total año 3
Carne	4.600	libra	200	gr	1840	5.310	9.770.400
Aceite mazorca	3.500	litro	30	c.c.	105	5.310	557.550
Salsa especial					963	5.310	5.113.530
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	5.310	1.109.790
Sal	500	libra	10	gr	10	5.310	53.100
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	5.310	1.486.800
Total					3.407		18.091.170

Tabla 151. Costo materia prima churrasco año 4

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 4	Costo total año 4
Carne	4.600	libra	200	gr	1840	5.695	10.478.800
Aceite mazorca	3.500	litro	30	c.c.	105	5.695	597.975
Salsa especial					963	5.695	5.484.285
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	5.695	1.190.255
Sal	500	libra	10	gr	10	5.695	56.950
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	5.695	1.594.600
Total					3.407		19.402.865

Tabla 152. Costo materia prima churrasco año 5

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 5	Costo total año 5
Carne	4.600	libra	200	gr	1840	5.454	10.035.360
Aceite mazorca	3.500	litro	30	c.c.	105	5.454	572.670
Salsa especial					963	5.454	5.252.202
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	5.454	1.139.886
Sal	500	libra	10	gr	10	5.454	54.540
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	5.454	1.527.120
Total					3.407		18.581.778

Tabla 153. Costo materia prima colombinas de pollo año 1

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 1	Costo total año 1
Colombinas de pollo	455	unid	4	unid	1.820	4.546	8.273.720
Aceite colombinas	3.500	litro	30	c.c.	105	4.546	477.330
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	4.546	950.114
Sal	500	libra	10	gr	10	4.546	45.460

Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	4.546	1.272.880
Salsa					339	4.546	1.541.094
Total					2.763		12.560.598

Tabla 154. Costo materia prima colombinas de pollo año 2

Materia Prima	Precio /Unidad	Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 2	Costo total año 2	
Colombinas de pollo	455	unid	4	unid	1.820	4.924	8.961.680
Aceite colombinas	3.500	litro	30	c.c.	105	4.924	517.020
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	4.924	1.029.116
Sal	500	libra	10	gr	10	4.924	49.240
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	4.924	1.378.720
Salsa					339	4.924	1.669.236
Total					2.763		13.605.012

Tabla 155. Costo materia prima colombinas de pollo año 3

Materia Prima	Precio /Unidad	Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 3	Costo total año 3	
Colombinas de pollo	455	unid	4	unid	1.820	5.310	9.664.200
Aceite colombinas	3.500	litro	30	c.c.	105	5.310	557.550
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	5.310	1.109.790
Sal	500	libra	10	gr	10	5.310	53.100
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	5.310	1.486.800
Salsa					339	5.310	1.800.090
Total					2.763		14.671.530

Tabla 156. Costo materia prima colombinas de pollo año 4

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 4	Costo total año 4
Colombinas de pollo	455	unid	4	unid	1.820	5.695	10.364.900
Aceite colombinas	3.500	litro	30	c.c.	105	5.695	597.975
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	5.695	1.190.255
Sal	500	libra	10	gr	10	5.695	56.950
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	5.695	1.594.600
Salsa					339	5.695	1.930.605
Total					2.763		15.735.285

Tabla 157. Costo materia prima colombinas de pollo año 5

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 5	Costo total año 5
Colombinas de pollo	455	unid	4	unid	1.820	5.454	9.926.280
Aceite colombinas	3.500	litro	30	c.c.	105	5.454	572.670
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	5.454	1.139.886
Sal	500	libra	10	gr	10	5.454	54.540
Aceite papa	3.500	litro	80	c.c.	280	5.454	1.527.120
Salsa					339	5.454	1.848.906
Total					2.763		15.069.402

Tabla 158. Costo materia prima flautas año 1

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 1	Costo total año 1
Flauta	585	unid	1	unid	585	4.546	2.659.410
Aceite hamburguesa	3.500	litro	30	c.c.	9	4.546	40.914
Total					594		2.700.324

Tabla 159. Costo materia prima flautas año 2

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 2	Costo total año 2
Flauta	585	unid	1	unid	585	4.924	2.880.540
Aceite hamburguesa	3.500	litro	30	c.c.	9	4.924	44.316
Total					594		2.924.856

Tabla 160. Costo materia prima flautas año 3

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 3	Costo total año 3
Flauta	585	unid	1	unid	585	5.310	3.106.350
Aceite hamburguesa	3.500	litro	30	c.c.	9	5.310	47.790
Total					594		3.154.140

Tabla 161. Costo materia prima flautas año 4

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 4	Costo total año 4
Flauta	585	unid	1	unid	585	5.695	3.331.575
Aceite hamburguesa	3.500	litro	30	c.c.	9	5.695	51.255
Total					594		3.382.830

Tabla 162. Costo materia prima flautas año 5

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 5	Costo total año 5
Flauta	585	unid	1	unid	585	5.454	3.190.590
Aceite hamburguesa	3.500	litro	30	c.c.	9	5.454	49.086
Total					594		3.239.676

Tabla 163. Costo materia prima sandwich de pollo año 1

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 1	Costo total año 1
Pan tajado	65	unid	2	unid	130	4.546	590.980
Lechuga	1.500	libra	50	gr	150	4.546	681.900
Rodaja de cebolla	800	libra	50	gr	80	4.546	363.680
Rodaja de tomate	1.000	libra	50	gr	100	4.546	454.600
Jamonilla	170	unid	1	unid	170	4.546	772.820
Queso tajada	200	unid	1	unid	200	4.546	909.200
Pollo	3.300	libra	50	gr	330	4.546	1.500.180
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	4.546	950.114
Sal	500	libra	10	gr	10	4.546	45.460
Aceite papa	3.500	litro	80	cc	280	4.546	1.272.880
Salsa					339	4.546	1.541.094
Total					1.998		9.082.908

Tabla 164. Costo materia prima sandwich de pollo año 2

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 2	Costo total año 2
Pan tajado	65	unid	2	unid	130	4.924	640.120
Lechuga	1.500	libra	50	gr	150	4.924	738.600
Rodaja de cebolla	800	libra	50	gr	80	4.924	393.920
Rodaja de tomate	1.000	libra	50	gr	100	4.924	492.400
Jamonilla	170	unid	1	unid	170	4.924	837.080
Queso tajada	200	unid	1	unid	200	4.924	984.800
Pollo	3.300	libra	50	gr	330	4.924	1.624.920
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	4.924	1.029.116
Sal	500	libra	10	gr	10	4.924	49.240
Aceite papa	3.500	litro	80	cc	280	4.924	1.378.720

Salsa					339	4.924	1.669.236
Total					1.998		9.838.152

Tabla 165. Costo materia prima sandwich de pollo año 3

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 3	Costo total año 3
Pan tajado	65	unid	2	unid	130	5.310	690.300
Lechuga	1.500	libra	50	gr	150	5.310	796.500
Rodaja de cebolla	800	libra	50	gr	80	5.310	424.800
Rodaja de tomate	1.000	libra	50	gr	100	5.310	531.000
Jamonilla	170	unid	1	unid	170	5.310	902.700
Queso tajada	200	unid	1	unid	200	5.310	1.062.000
Pollo	3.300	libra	50	gr	330	5.310	1.752.300
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	5.310	1.109.790
Sal	500	libra	10	gr	10	5.310	53.100
Aceite papa	3.500	litro	80	cc	280	5.310	1.486.800
Salsa					339	5.310	1.800.090
Total					1.998		10.609.380

Tabla 166. Costo materia prima sandwich de pollo año 4

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 4	Costo total año 4
Pan tajado	65	unid	2	unid	130	5.695	740.350
Lechuga	1.500	libra	50	gr	150	5.695	854.250
Rodaja de cebolla	800	libra	50	gr	80	5.695	455.600
Rodaja de tomate	1.000	libra	50	gr	100	5.695	569.500
Jamonilla	170	unid	1	unid	170	5.695	968.150
Queso tajada	200	unid	1	unid	200	5.695	1.139.000
Pollo	3.300	libra	50	gr	330	5.695	1.879.350

Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	5.695	1.190.255
Sal	500	libra	10	gr	10	5.695	56.950
Aceite papa	3.500	litro	80	cc	280	5.695	1.594.600
Salsa					339	5.695	1.930.605
Total					1.998		11.378.610

Tabla 167. Costo materia prima sandwich de pollo año 5

Materia Prima	Precio /Unidad	Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 5	Costo total año 5
Pan tajado	65	unid	2	unid	130	709.020
Lechuga	1.500	libra	50	gr	150	818.100
Rodaja de cebolla	800	libra	50	gr	80	436.320
Rodaja de tomate	1.000	libra	50	gr	100	545.400
Jamonilla	170	unid	1	unid	170	927.180
Queso tajada	200	unid	1	unid	200	1.090.800
Pollo	3.300	libra	50	gr	330	1.799.820
Porción papa precocida	15.000	arroba	250	gr	209	1.139.886
Sal	500	libra	10	gr	10	54.540
Aceite papa	3.500	litro	80	cc	280	1.527.120
Salsa					339	1.848.906
Total					1.998	10.897.092

Tabla 168. Costo materia prima mazorca desgranada año 1

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 1	Costo total año 1
Mazorca desgranada	1.500	libra	250	gr	750	4.546	3.409.500
Queso salado	3.000	libra	100	gr	600	4.546	2.727.600
Pollo desmechado	3.300	libra	100	gr	660	4.546	3.000.360
Aceite mazorca	3.500	litro	30	c.c.	105	4.546	477.330
Salsa tradicional					339	4.546	1.541.094
Total					2.454		11.155.884

Tabla 169. Costo materia prima mazorca desgranada año 2

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 2	Costo total año 2
Mazorca desgranada	1.500	libra	250	gr	750	4.924	3.693.000
Queso salado	3.000	libra	100	gr	600	4.924	2.954.400
Pollo desmechado	3.300	libra	100	gr	660	4.924	3.249.840
Aceite mazorca	3.500	litro	30	c.c.	105	4.924	517.020
Salsa tradicional					339	4.924	1.669.236
Total					2.454		12.083.496

Tabla 170. Costo materia prima mazorca desgranada año 3

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 3	Costo total año 3
Mazorca desgranada	1.500	libra	250	gr	750	5.310	3.982.500
Queso salado	3.000	libra	100	gr	600	5.310	3.186.000
Pollo desmechado	3.300	libra	100	gr	660	5.310	3.504.600
Aceite mazorca	3.500	litro	30	c.c.	105	5.310	557.550
Salsa tradicional					339	5.310	1.800.090
Total					2.454		13.030.740

Tabla 171. Costo materia prima mazorca desgranada año 4

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 4	Costo total año 4
Mazorca desgranada	1.500	libra	250	gr	750	5.695	4.271.250
Queso salado	3.000	libra	100	gr	600	5.695	3.417.000
Pollo desmechado	3.300	libra	100	gr	660	5.695	3.758.700
Aceite mazorca	3.500	litro	30	c.c.	105	5.695	597.975
Salsa tradicional					339	5.695	1.930.605
Total					2.454		13.975.530

Tabla 172. Costo materia prima mazorca desgranada año 5

Materia Prima	Precio /Unidad		Cantidad	Unid	Costo	Cantidad año 5	Costo total año 5
Mazorca desgranada	1.500	libra	250	gr	750	5.454	4.090.500
Queso salado	3.000	libra	100	gr	600	5.454	3.272.400
Pollo desmechado	3.300	libra	100	gr	660	5.454	3.599.640
Aceite mazorca	3.500	litro	30	c.c.	105	5.454	572.670
Salsa tradicional					339	5.454	1.848.906
Total					2.454		13.384.116

Tabla 173. Costo gaseosa año 1

Concepto	Costo	Cantidad año 1	Costo total año 1
Gaseosa 350 ml	567	46.977	26.635.959
Totales			26.635.959

Tabla 174. Costo gaseosa año 2

Concepto	Costo	Cantidad año 2	Costo total año 2
Gaseosa 350 ml	567	50.886	28.852.362
Totales			28.852.362

Tabla 175. Costo gaseosa año 3

Concepto	Costo	Cantidad año 3	Costo total año 3
Gaseosa 350 ml	567	54.875	31.114.125
Totales			31.114.125

Tabla 176. Costo gaseosa año 4

Concepto	Costo	Cantidad año 4	Costo total año 4
Gaseosa 350 ml	567	58.854	33.370.218
Totales			33.370.218

Tabla 177. Costo gaseosa año 5

Concepto	Costo	Cantidad año 5	Costo total año 5
Gaseosa 350 ml	567	56.355	31.953.285
Totales			31.953.285

Tabla 178. Costo cerveza año 1

Concepto	Costo	Cantidad año 1	Costo total año 1
Cerveza águila lata	836	7.577	6.334.372
Totales			6.334.372

Tabla 179. Costo cerveza año 2

Concepto	Costo	Cantidad año 2	Costo total año 2
Cerveza águila lata	836	8.208	6.861.888
Totales			6.861.888

Tabla 180. Costo cerveza año 3

Concepto	Costo	Cantidad año 3	Costo total año 3
Cerveza águila lata	836	8.850	7.398.600
Totales			7.398.600

Tabla 181. Costo cerveza año 4

Concepto	Costo	Cantidad año 4	Costo total año 4
Cerveza águila lata	836	9.492	7.935.312
Totales			7.935.312

Tabla 182. Costo cerveza año 5

Concepto	Costo	Cantidad año 5	Costo total año 5
Cerveza águila lata	836	9.090	7.599.240
Totales			7.599.240

Tabla 183. Costo materia prima limonada año 1

Concepto	Costo	Cantidad año 1	Costo total año 1
Limonada de panela	84	7.577	636.468
Totales			636.468

Tabla 184. Costo materia prima limonada año 2

Concepto	Costo	Cantidad año 2	Costo total año 2
Limonada de panela	84	8.208	689.472
Totales			689.472

Tabla 185. Costo materia prima limonada año 3

Concepto	Costo	Cantidad año 3	Costo total año 3
Limonada de panela	84	8.850	743.400
Totales			743.400

Tabla 186. Costo materia prima limonada año 4

Concepto	Costo	Cantidad año 4	Costo total año 4
Limonada de panela	84	9.492	797.328
Totales			797.328

Tabla 187. Costo materia prima limonada año 5

Concepto	Costo	Cantidad año 5	Costo total año 5
Limonada de panela	84	9.090	763.560
Totales			763.560

Tabla 188. Costo materia prima naranjada año 1

Concepto	Costo	Cantidad año 1	Costo total año 1
Naranjada	300	7.577	2.273.100
Totales			2.273.100

Tabla 189. Costo materia prima naranjada año 2

Concepto	Costo	Cantidad año 2	Costo total año 2
Naranjada	300	8.208	2.462.400
Totales			2.462.400

Tabla 190. Costo materia prima naranjada año 3

Concepto	Costo	Cantidad año 3	Costo total año 3
Naranjada	300	8.850	2.655.000
Totales			2.655.000

Tabla 191. Costo materia prima naranjada año 4

Concepto	Costo	Cantidad año 4	Costo total año 4
Naranjada	300	9.492	2.847.600
Totales			2.847.600

Tabla 192. Costo materia prima naranjada año 5

Concepto	Costo	Cantidad año 5	Costo total año 5
Naranjada	300	9.090	2.727.000
Totales			2.727.000

Tabla 193. Costo agua en botella año 1

Concepto	Costo	Cantidad año 1	Costo total año 1
Agua	900	6.061	5.454.900
Totales			5.454.900

Tabla 194. Costo agua en botella año 2

Concepto	Costo	Cantidad año 2	Costo total año 2
Agua	900	6.565	5.908.500
Totales			5.908.500

Tabla 195. Costo agua en botella año 3

Concepto	Costo	Cantidad año 3	Costo total año 3
Agua	900	7.081	6.372.900
Totales			6.372.900

Tabla 196. Costo agua en botella año 4

Concepto	Costo	Cantidad año 4	Costo total año 4
Agua	900	7.594	6.834.600
Totales			6.834.600

Tabla 197. Costo agua en botella año 5

Concepto	Costo	Cantidad año 5	Costo total año 5
Agua	900	7.271	6.543.900
Totales			6.543.900

• **Mano de obra directa.** Esta partida incluye la nómina correspondiente al jefe de cocina y 3 auxiliares de cocina los cuales serán contratados directamente por Restaurante Planeta Burger Ltda. A partir del año tres se requiere la contratación de otro auxiliar de cocina para cumplir con la demanda utilizada y proyectada establecida para el proyecto. En la tabla 198 se calcula la totalidad de la nómina, los valores a tener en cuenta para mano de obra directa son el jefe de cocina y los tres auxiliares de cocina.

Tabla 198. Nómina

PRESUPUESTO DE NOMINA

SALARIO MINIMO: 408.000,00

AUXILIO DE TRANSPORTE: 47.700,00

Vigencia: 1 de Ene de 06

CARGO	S.M.L.V.	SALARIO	AUX. TRANSP.	TTAL SAL. BASE	CESANTIAS	INTERESES	PRIMA	DOTACION	VACACIONES	SUBTOTAL
					8,33%	1%	8,33%	7%	4,17%	PRESTAC
Gerente	2,50	1.020.000	0	1.020.000	84.966	850	84.966	0	42.534	213.316
Cajero	1,50	612.000	47.700	659.700	54.953	550	54.953	46.179	25.520	182.155
Jefe de cocina	1,50	612.000	47.700	659.700	54.953	550	54.953	46.179	25.520	182.155
Aux.Cocina	1,00	408.000	47.700	455.700	37.960	380	37.960	31.899	17.014	125.212
Mesero	1,00	408.000	47.700	455.700	37.960	380	37.960	31.899	17.014	125.212
Vigilante	1,50	612.000	47.700	659.700	54.953	550	54.953	46.179	25.520	182.155
Oficios Varios	1,00	408.000	47.700	455.700	37.960	380	37.960	31.899	17.014	125.212
TOTAL		4.080.000	286.200	4.366.200	363.704	3.637	363.704	234.234	170.136	1.135.416
CARGO	APORTES	EPS, PENS, ARP	TOTAL PREST.	TTAL SUELDO Y						
	PARAFISC	8%;11,625%;1,044%		PRESTAC						
Gerente	91.800	210.824	515.939	1.535.939						
Cajero	55.080	126.494	363.729	1.023.429						
Jefe de cocina	55.080	126.494	363.729	1.023.429						
Aux.Cocina	36.720	84.330	246.261	701.961						
Mesero	36.720	84.330	246.261	701.961						
Vigilante	55.080	126.494	363.729	1.023.429						
Oficios Varios	36.720	84.330	246.261	701.961						
TOTAL	367.200	843.295	2.345.911	6.712.109						

♣ **Costos indirectos de fabricación.** Hacen referencia a mano de obra indirecta, los materiales indirectos, el mantenimiento de la maquinaria, la depreciación de la maquinaria.

▪ **Mano de obra indirecta.** Este ítem corresponde a la nómina del cajero, los dos meseros, el vigilante y la persona de oficios varios. Ver tablas 194 a la 197.

Tabla 199. Mano de obra indirecta

Concepto	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
Cajero	1	1.023.429	12.281.148
Vigilante	1	1.023.429	12.281.148
Mesero	1	701.961	8.423.532
Oficios varios	1	701.961	8.423.532
Recargo por horas extras mesero y oficios varios	2	227.588	2.731.050
Recargo por horas extras cajero y vigilante	2	341.381	4.096.575

Tabla 200. Recargo horas extras anual mesero y oficios varios

Recargo	Valor	#días/año	#horas/día	Total
Hora nocturna	595	295	3	526.575
Hora dominical y festivo	1.275	70	5	446.250
Hora dominical y festivo nocturna	1.870	70	3	392.700
Total recargo horas extras				1.365.525

Tabla 201. Recargo horas extras anual cajera y vigilante

Recargo	Valor	#días/año	#horas/día	Total
Hora nocturna	893	295	3	789.863
Hora dominical y festivo	1.913	70	5	669.375
Hora dominical y festivo nocturna	2.805	70	3	589.050
Total recargo horas extras				2.048.288

▪ **Materiales indirectos.** Los materiales indirectos forman parte auxiliar en la presentación del producto terminado, -platos de comida rápida y bebidas- sin ser el producto en sí, se incluyen para este caso los accesorios que deben utilizar el jefe y los auxiliares de cocina, bandejas, servilletas, bolsas, palillos y pitillos.

A continuación se relacionan los materiales indirectos requeridos para la elaboración de los diferentes platos durante los cinco años de vida útil del proyecto

- **Hamburguesa**

Tabla 202. Materiales indirectos hamburguesas

MATER. INDIR	VLR UNITARIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bandeja #2	52	794.300	860.444	927.836	995.124	952.900
Bandeja J1	123	1.103.433	1.195.314	1.288.917	1.382.397	1.323.726
Bolsa 2 kilos	11	98.681	106.898	115.269	123.629	118.382
Servilletas	30	727.380	787.950	849.660	911.280	872.610
Palillos hamburguesa	7	169.722	183.855	198.254	212.632	203.609
Palillos papas	10	242.460	262.650	283.220	303.760	290.870
Total		2.893.516	3.134.461	3.379.936	3.625.062	3.471.227

- **Pizza**

Tabla 203. Materiales indirectos pizza

MATER. INDIR	VLR UNITARIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bandeja #2	52	372.320	403.364	434.928	466.492	446.628
Bolsa aluminio	34	142.970	154.870	167.008	179.146	171.530
Bolsa 2 kilos	11	46.255	50.105	54.032	57.959	55.495
Servilletas	30	340.950	369.360	398.280	427.200	409.020
Total		902.495	977.699	1.054.248	1.130.797	1.082.673

- **Perro**

Tabla 204. Materiales indirectos perro caliente

MATER.INDIR	VLR UNITARIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bandeja #2	52	354.640	384.176	414.232	444.236	425.412
Bolsa aluminio	34	85.782	92.956	100.198	107.474	102.918
Bolsa 2 kilos	11	27.753	30.074	32.417	34.771	33.297
Servilletas	30	204.600	221.640	238.980	256.290	245.430
Palillos papas	10	68.200	73.880	79.660	85.430	81.810
Total		740.975	802.726	865.487	928.201	888.867

- **Choripapa**

Tabla 205. Materiales indirectos choripapa

MATER.INDIR	VLR UNITARIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bandeja #2	52	173.784	188.188	202.956	217.672	208.416
Bandeja J1	123	241.326	261.498	282.039	302.457	289.542
Bolsa 2 kilos	11	21.582	23.386	25.223	27.049	25.894
Servilletas	30	159.120	172.350	185.880	199.350	190.860
Palillos papas	10	53.040	57.450	61.960	66.450	63.620
Total		648.852	702.872	758.058	812.978	778.332

- **Salchipapa**

Tabla 206. Materiales indirectos salchipapa

MATER.INDIR	VLR UNITARIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bandeja #2	52	173.784	188.188	202.956	217.672	208.416
Bandeja J1	123	241.326	261.498	282.039	302.457	289.542
Bolsa 2 kilos	11	21.582	23.386	25.223	27.049	25.894
Servilletas	30	159.120	172.350	185.880	199.350	190.860
Palillos papas	10	53.040	57.450	61.960	66.450	63.620
Total		648.852	702.872	758.058	812.978	778.332

- **Churrasco**

Tabla 207. Materiales indirectos churrasco

MATER.INDIR	VLR UNITARIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bandeja J1	123	206.886	224.106	241.695	259.161	248.214
Bolsa 2 kilos	11	18.502	20.042	21.615	23.177	22.198
Servilletas	30	136.380	147.720	159.300	170.850	163.620
Palillos papas	10	45.460	49.240	53.100	56.950	54.540
Total		407.228	441.108	475.710	510.138	488.572

- **Colombinas de pollo**

Tabla 208. Materiales indirectos colombinas de pollo

MATER.INDIR	VLR UNITARIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bandeja #2	52	148.928	161.304	173.940	186.576	178.672
Bandeja J1	123	206.886	224.106	241.695	259.161	248.214
Bolsa 2 kilos	11	18.502	20.042	21.615	23.177	22.198
Servilletas	30	136.380	147.720	159.300	170.850	163.620
Palillos papas	10	45.460	49.240	53.100	56.950	54.540
Total		556.156	602.412	649.650	696.714	667.244

- **Flautas**

Tabla 209. Materiales indirectos flautas

MATER.INDIR	VLR UNITARIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bandeja #2	52	148.928	161.304	173.940	186.576	178.672
Bolsa aluminio	34	57.188	61.948	66.810	71.638	68.612
Bolsa 2 kilos	11	18.502	20.042	21.615	23.177	22.198
Servilletas	30	136.380	147.720	159.300	170.850	163.620
Total		360.998	391.014	421.665	452.241	433.102

- **Sandwich de pollo**

Tabla 210. Materiales indirectos sandwich de pollo

MATER. INDIR	VLR UNITARIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bandeja #2	52	148.928	161.304	173.940	186.576	178.672
Bandeja J1	123	206.886	224.106	241.695	259.161	248.214
Bolsa 2 kilos	11	18.502	20.042	21.615	23.177	22.198
Servilletas	30	136.380	147.720	159.300	170.850	163.620
Palillos papas	10	45.460	49.240	53.100	56.950	54.540
Total		556.156	602.412	649.650	696.714	667.244

- **Mazorca desgranada**

Tabla 211. Materiales indirectos mazorca desgranada

MATER. INDIR	VLR UNITARIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bandeja #2	52	148.928	161.304	173.940	186.576	178.672
Bandeja J1	123	206.886	224.106	241.695	259.161	248.214
Bolsa 2 kilos	11	18.502	20.042	21.615	23.177	22.198
Servilletas	30	136.380	147.720	159.300	170.850	163.620
Total		510.696	553.172	596.550	639.764	612.704

Tabla 212. Costos indirectos de fabricación año 1

Concepto	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
Cajero	1	1.023.429	12.281.148
Vigilante	1	1.023.429	12.281.148
Mesero	2	1.403.922	16.847.064
Oficios varios	1	701.961	8.423.532
Recargo por horas extras mesero y oficios varios	3	341.381	4.096.575
Recargo por horas extras cajero y vigilante	2	341.381	4.096.575
Bandeja #2	47.395	205.378	2.464.540
Bandeja J1	19.623	201.136	2.413.629
Bolsa 2 kilos	28.033	25.697	308.363
Bolsa aluminio	8.410	23.828	285.940
Servilletas	2.273	189.423	2.273.070
Palillos hamburguesa	242	14.144	169.722
Palillos papas	553	46.093	553.120
Pitillos (caja *200)	311	25.917	311.000
Bolsa para empacar de 20 kilos x 100 unidades	76	30.717	368.600
Servicios públicos	12	405.000	4.860.000
Seguros equipos	12	5.304	63.644
Arriendo	12	1.000.000	12.000.000
Depreciación	12	180.094	2.161.128
Mantenimiento	12	26.518	318.220
Otros costos	12	100.000	1.200.000
TOTAL CIF		7.314.751	87.777.018

Tabla 213. Costos indirectos de fabricación año 2

Concepto	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
Cajero	1	1.023.429	12.381.828
Vigilante	1	1.023.429	12.381.828
Mesero	2	1.403.922	16.847.064
Oficios varios	1	701.961	8.423.532
Recargo por horas extras mesero y oficios varios	3	341.381	4.096.575
Recargo por horas extras cajero y vigilante	2	341.381	4.096.575
Bandeja #2	51.338	222.465	2.669.576
Bandeja J1	21.258	217.895	2.614.734
Bolsa 2 kilos	30.369	27.838	334.059
Bolsa aluminio	6.377	18.068	216.818
Servilletas	2.462	205.188	2.462.250
Palillos hamburguesa	263	15.321	183.855
Palillos papas	895	74.549	894.590
Pitillos (caja *200)	337	28.083	337.000
Bolsa para empacar de 20 kilos x 100 unidades	83	33.546	402.550
Servicios públicos	12	405.000	4.860.000
Seguros equipos	12	5.304	63.644
Arriendo	12	1.000.000	12.000.000
Depreciación	12	180.094	2.161.128
Mantenimiento	12	26.518	318.220
Otros costos	12	100.000	1.200.000
TOTAL CIF		7.395.372	88.945.826

Tabla 214. Costos indirectos de fabricación año 3

Concepto	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
Cajero	1	1.023.429	12.281.148
Vigilante	1	1.023.429	12.281.148
Mesero	2	1.403.922	16.847.064
Oficios varios	1	701.961	8.423.532
Recargo por horas extras mesero y oficios varios	3	341.381	4.096.575
Recargo por horas extras cajero y vigilante	2	341.381	4.096.575
Bandeja #2	55.359	239.889	2.878.668
Bandeja J1	22.925	234.981	2.819.775
Bolsa 2 kilos	32.749	30.020	360.239
Bolsa aluminio	6.877	19.485	233.818
Servilletas	2.655	221.265	2.655.180
Palillos hamburguesa	283	16.521	198.254
Palillos papas	646	53.842	646.100
Pitillos (caja *200)	363	30.250	363.000
Bolsa para empacar de 20 kilos x 100 unidades	89	35.971	431.650
Servicios públicos	12	405.000	4.860.000
Seguros equipos	12	5.304	63.644
Arriendo	12	1.000.000	12.000.000
Depreciación	12	180.094	2.161.128
Mantenimiento	12	26.518	318.220
Otros costos	12	100.000	1.200.000
TOTAL CIF		7.434.643	89.215.718

Tabla 215. Costos indirectos de fabricación año 4

Concepto	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
Cajero	1	1.031.819	12.381.828
Vigilante	1	1.031.819	12.381.828
Mesero	2	1.403.922	16.847.064
Oficios varios	1	707.700	8.492.400
Recargo por horas extras mesero y oficios varios	3	341.381	4.096.575
Recargo por horas extras cajero y vigilante	2	341.381	4.096.575
Bandeja #2	59.375	257.292	3.087.500
Bandeja J1	24.585	251.996	3.023.955
Bolsa 2 kilos	35.122	32.195	386.342
Bolsa aluminio	7.376	20.899	250.784
Servilletas	2.848	237.310	2.847.720
Palillos hamburguesa	304	17.719	212.632
Palillos papas	693	57.745	692.940
Pitillos (caja *200)	390	32.500	390.000
Bolsa para empacar de 20 kilos x 100 unidades	95	38.396	460.750
Servicios públicos	12	405.000	4.860.000
Seguros equipos	12	5.304	63.644
Arriendo	12	1.000.000	12.000.000
Depreciación	12	180.094	2.161.128
Mantenimiento	12	26.518	318.220
Otros costos	12	100.000	1.200.000
TOTAL CIF		7.520.990	90.251.885

Tabla 216. Costos indirectos de fabricación año 5

Concepto	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
Cajero	1	1.031.819	12.381.828
Vigilante	1	1.031.819	12.381.828
Mesero	2	1.403.922	16.847.064
Oficios varios	1	707.700	8.492.400
Recargo por horas extras mesero y oficios varios	3	341.381	4.096.575
Recargo por horas extras cajero y vigilante	2	341.381	4.096.575
Bandeja #2	56.855	246.372	2.956.460
Bandeja J1	23.542	241.306	2.895.666
Bolsa 2 kilos	33.632	30.829	369.952
Bolsa aluminio	7.063	20.012	240.142
Servilletas	2.727	227.240	2.726.880
Palillos hamburguesa	291	16.967	203.609
Palillos papas	664	55.295	663.540
Pitillos (caja *200)	373	31.083	373.000
Bolsa para empacar de 20 kilos x 100 unidades	91	36.779	441.350
Servicios públicos	12	405.000	4.860.000
Seguros equipos	12	5.304	63.644
Arriendo	12	1.000.000	12.000.000
Depreciación	12	180.094	2.161.128
Mantenimiento	12	26.518	318.220
Otros costos	12	100.000	1.200.000
TOTAL CIF		7.480.822	89.769.861

- **Depreciación de activos.** Para calcular el monto de la depreciación de los equipos y herramientas para el área de cocina y de los muebles y enseres para el área requeridos para el área de servicio se utilizó el método de línea recta a 5 años.

Tabla 217. Depreciación área de servicio

Activo	Valor del activo	Años depreciables	Depreciación año	Depreciación mes
Maquinaria y equipo	6.364.400	5	1.272.880	106.073
Muebles y enseres	8.882.476	10	888.248	74.021
TOTAL	15.246.876		2.161.128	180.094

- **Seguro de equipos.** Corresponde al 1% del valor de los equipos y muebles correspondientes al área de operación.

Tabla 218. Seguro maquinaria y equipo área de operación

Activo	Valor del activo	Proporción %	Valor \$/año	Valor \$/mes
Maquinaria y equipo	6.364.400,00	0,01	63.644,00	5.303,67
TOTAL	6.364.400,00		63.644,00	5.303,67

- **Mantenimiento de equipos.** Estimado en el 5% del valor total de los equipos y muebles correspondientes al área de operación.

Tabla 219. Mantenimiento de equipos área de servicios

Activo	Valor del activo	Proporción %	Valor \$/año	Valor \$/mes
Maquinaria y equipo	6.364.400,00	0,05	318.220,00	26.518,33
TOTAL	6.364.400,00		318.220,00	26.518,33

- **Servicios públicos.** Para el cálculo de los servicios públicos se estimo el 100% por concepto de gas y TV cable, el 70% por concepto de agua y luz y el 30% por concepto de teléfono.

Tabla 220. Distribución de servicios públicos

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	CIF	GASTOS ADMON	VALOR CIF ANUAL	VALOR GASTOS ADMON ANUAL
Agua	150.000	105.000	45.000	1.260.000	540.000
Luz	250.000	175.000	75.000	2.100.000	900.000
Teléfono	100.000	30.000	70.000	360.000	840.000
Gas	50.000	50.000		600.000	-
TV Cable	45.000	45.000		540.000	-
Internet	58.000		58.000	-	696.000
Total	653.000	405.000	248.000	4.860.000	2.976.000

El valor del arriendo corresponde al 50% del canon de arrendamiento.

- ✓ **Total costos de producción.** El total de los costos de producción está conformado por los costos de materias primas o materiales directos, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación. Ver tablas 221 a 225.

Tabla 221. Costo de producción año 1

DETALLE	Cantidad	Costo mensual	Costo Anual
COSTO MATERIA PRIMA			
Hamburguesa	24.246	5.427.063	65.124.756
Pizza pollo con champiñones	3.978	2.615.922	31.391.065
Pizza carnes	3.978	2.365.584	28.387.008
Pizza hawaiana	3.409	1.979.209	23.750.503
Perro	6.820	1.127.573	13.530.880
Choripapa	5.304	1.059.916	12.718.992
Salchipapa	5.304	838.916	10.066.992
Churrasco	4.546	1.290.685	15.488.222
Colombinas de pollo	4.546	1.046.717	12.560.598
Flautas	4.546	225.027	2.700.324
Sandwich de pollo	4.546	756.909	9.082.908
Mazorca desgranada	4.546	929.657	11.155.884
Gaseosa	46.977	2.219.663	26.635.959
Cerveza	7.577	527.864	6.334.372
Limonada de panela	7.577	53.039	636.468
Naranjada	7.577	189.425	2.273.100
Agua	6.061	454.575	5.454.900
TOTAL MATERIA PRIMA		23.107.744	277.292.931
MANO DE OBRA DIRECTA			
Jefe de cocina	1	1.023.429	12.281.148
Auxiliares de cocina	3	2.105.883	25.270.596
Recargo horas extras jefe de cocina	1	170.691	2.048.288
Recargo horas extras auxiliares de cocina	3	341.381	4.096.575

TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA		3.641.384	43.696.607
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			
Cajero	1	1.023.429	12.281.148
Vigilante	1	1.023.429	12.281.148
Mesero	2	1.403.922	16.847.064
Oficios varios	1	701.961	8.423.532
Recargo por horas extras mesero y oficios varios	3	341.381	4.096.575
Recargo por horas extras cajero y vigilante	2	341.381	4.096.575
Bandeja #2	47.395	205.378	2.464.540
Bandeja J1	19.623	201.136	2.413.629
Bolsa 2 kilos	28.033	25.697	308.363
Bolsa aluminio	8.410	23.828	285.940
Servilletas	2.273	189.423	2.273.070
Palillos hamburguesa	242	14.144	169.722
Palillos papas	553	46.093	553.120
Pitillos (caja *200)	311	25.917	311.000
Bolsa para empacar de 20 kilos x 100 unidades	76	30.717	368.600
Servicios públicos	12	405.000	4.860.000
Seguros equipos	12	5.304	63.644
Arriendo	12	1.000.000	12.000.000
Depreciación	12	180.094	2.161.128
Mantenimiento	12	26.518	318.220
Otros costos	12	100.000	1.200.000
TOTAL CIF		7.314.751	87.777.018
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN AÑO 1		34.063.880	408.766.555

Tabla 222. Costo de producción año 2

DETALLE	Cantidad	Costo mensual	Costo Anual
COSTO MATERIA PRIMA			
Hamburguesa	26.265	5.594.445	67.133.340
Pizza pollo con champiñones	4.309	2.821.116	33.853.395
Pizza carnes	4.309	2.562.419	30.749.024
Pizza hawaiana	3.694	2.144.675	25.736.098
Perro	7.388	1.221.483	14.657.792
Choripapa	5.745	1.148.043	13.776.510
Salchipapa	5.745	908.668	10.904.010
Churrasco	4.924	1.398.006	16.776.068
Colombinas de pollo	4.924	1.133.751	13.605.012
Flautas	4.924	243.738	2.924.856
Sandwich de pollo	4.924	819.846	9.838.152
Mazorca desgranada	4.924	1.006.958	12.083.496
Gaseosa	50.886	2.404.364	28.852.362
Cerveza	8.208	571.824	6.861.888
Limonada de panela	8.208	57.456	689.472
Naranjada	8.208	205.200	2.462.400
Agua	6.565	492.375	5.908.500
TOTAL MATERIA PRIMA		11.611.710	296.812.375
MANO DE OBRA DIRECTA			
Jefe de cocina	1	1.023.429	12.281.148
Auxiliares de cocina	3	2.105.883	25.270.596
Recargo horas extras jefe de cocina	1	170.691	2.048.288
Recargo horas extras auxiliares de cocina	3	341.381	4.096.575

TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA		3.641.384	43.696.607
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			
Cajero	1	1.023.429	12.281.148
Vigilante	3	2.105.883	25.270.596
Mesero	1	170.691	2.048.288
Oficios varios	3	341.381	4.096.575
Recargo por horas extras mesero y oficios varios		3.641.384	43.696.607
Recargo por horas extras cajero y vigilante	1	1.023.429	12.281.148
Bandeja #2	51.338	222.465	2.669.576
Bandeja J1	21.258	217.895	2.614.734
Bolsa 2 kilos	30.369	27.838	334.059
Bolsa aluminio	6.377	18.068	216.818
Servilletas	2.462	205.188	2.462.250
Palillos amburguesa	263	15.321	183.855
Palillos papas	895	74.549	894.590
Pitillos (caja *200)	337	28.083	337.000
Bolsa para empacar de 20 kilos x 100 unidades	83	33.546	402.550
Servicios públicos	12	405.000	4.860.000
Seguros equipos	12	5.304	63.644
Arriendo	12	1.000.000	12.000.000
Depreciación	12	180.094	2.161.128
Mantenimiento	12	26.518	318.220
Otros costos	12	100.000	1.200.000
TOTAL CIF		7.395.372	88.945.826
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN AÑO 2			429.454.807

Tabla 223. Costo de producción año 3

DETALLE	Cantidad	Costo mensual	Costo Anual
COSTO MATERIA PRIMA			
Hamburguesa	28.322	6.032.586	72.391.032
Pizza pollo con champiñones	4.647	2.821.116	33.853.395
Pizza carnes	4.647	2.763.416	33.160.992
Pizza hawaiana	3.982	2.311.883	27.742.594
Perro	7.966	1.317.045	15.804.544
Choripapa	6.196	1.238.167	14.858.008
Salchipapa	6.196	980.001	11.760.008
Churrasco	5.310	1.507.598	18.091.170
Colombinas de pollo	5.310	1.222.628	14.671.530
Flautas	5.310	262.845	3.154.140
Sandwich de pollo	5.310	884.115	10.609.380
Mazorca desgranada	5.310	1.085.895	13.030.740
Gaseosa	54.875	2.592.844	31.114.125
Cerveza	8.850	616.550	7.398.600
Limonada de panela	8.850	61.950	743.400
Naranjada	8.850	221.250	2.655.000
Agua	7.081	531.075	6.372.900
TOTAL MATERIA PRIMA		26.450.963	317.411.558
MANO DE OBRA DIRECTA			
Jefe de cocina	1	1.023.429	12.281.148
Auxiliares de cocina	4	2.807.844	33.694.128
Recargo horas extras jefe de cocina	1	170.691	2.048.288
Recargo horas extras auxiliares de cocina	4	455.175	5.462.100

TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA		455.175	53.485.664
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			
Cajero	1	1.023.429	12.281.148
Vigilante	1	1.023.429	12.281.148
Mesero	2	1.403.922	16.847.064
Oficios varios	1	701.961	8.423.532
Recargo por horas extras mesero y oficios varios	3	341.381	4.096.575
Recargo por horas extras cajero y vigilante	2	341.381	4.096.575
Bandeja #2	55.359	239.889	2.878.668
Bandeja J1	22.925	234.981	2.819.775
Bolsa 2 kilos	32.749	30.020	360.239
Bolsa aluminio	6.877	19.485	233.818
Servilletas	2.655	221.265	2.655.180
Palillos hamburguesa	283	16.521	198.254
Palillos papas	646	53.842	646.100
Pitillos (caja *200)	363	30.250	363.000
Bolsa para empacar de 20 kilos x 100 unidades	89	35.971	431.650
Servicios públicos	12	405.000	4.860.000
Seguros equipos	12	5.304	63.644
Arriendo	12	1.000.000	12.000.000
Depreciación	12	180.094	2.161.128
Mantenimiento	12	26.518	318.220
Otros costos	12	100.000	1.200.000
TOTAL CIF		7.434.643	89.215.718
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN AÑO 3			460.112.939

Tabla 224. Costo de producción año 4

DETALLE	Cantidad	Costo mensual	Costo Anual
COSTO MATERIA PRIMA			
Hamburguesa	30.376	6.470.088	77.641.056
Pizza pollo con champiñones	4.984	3.025.703	36.308.440
Pizza carnes	4.984	2.963.819	35.565.824
Pizza hawaiana	4.272	2.480.252	29.763.024
Perro	8.543	1.412.443	16.949.312
Choripapa	6.645	1.327.893	15.934.710
Salchipapa	6.645	1.051.018	12.612.210
Churrasco	5.695	1.616.905	19.402.865
Colombinas de pollo	5.695	1.311.274	15.735.285
Flautas	5.695	281.903	3.382.830
Sandwich de pollo	5.695	948.218	11.378.610
Mazorca desgranada	5.695	1.164.628	13.975.530
Gaseosa	58.854	2.780.852	33.370.218
Cerveza	9.492	661.276	7.935.312
Limonada de panela	9.492	66.444	797.328
Naranjada	9.492	237.300	2.847.600
Agua	7.594	569.550	6.834.600
TOTAL MATERIA PRIMA		8.021.443	340.434.754
MANO DE OBRA DIRECTA			
Jefe de cocina	1	1.023.429	12.281.148
Auxiliares de cocina	4	2.807.844	33.694.128
Recargo horas extras jefe de cocina	1	170.691	2.048.288
Recargo horas extras auxiliares de cocina	4	455.175	5.462.100

TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA		4.457.139	53.485.664
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			
Cajero	1	1.031.819	12.381.828
Vigilante	1	1.031.819	12.381.828
Mesero	2	1.403.922	16.847.064
Oficios varios	1	707.700	8.492.400
Recargo por horas extras mesero y oficios varios	3	341.381	4.096.575
Recargo por horas extras cajero y vigilante	2	341.381	4.096.575
Bandeja #2	59.375	257.292	3.087.500
Bandeja J1	24.585	251.996	3.023.955
Bolsa 2 kilos	35.122	32.195	386.342
Bolsa aluminio	7.376	20.899	250.784
Servilletas	2.848	237.310	2.847.720
Palillos hamburguesa	304	17.719	212.632
Palillos papas	693	57.745	692.940
Pitillos (caja *200)	390	32.500	390.000
Bolsa para empacar de 20 kilos x 100 unidades	95	38.396	460.750
Servicios públicos	12	405.000	4.860.000
Seguros equipos	12	5.304	63.644
Arriendo	12	1.000.000	12.000.000
Depreciación	12	180.094	2.161.128
Mantenimiento	12	26.518	318.220
Otros costos	12	100.000	1.200.000
TOTAL CIF		7.520.990	90.251.885
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN AÑO 4			484.172.302

Tabla 225. Costo de producción año 5

DETALLE	Cantidad	Costo mensual	Costo Anual
INSUMOS			
Hamburguesa	29.087	6.195.531	74.346.372
Pizza pollo con champiñones	4.772	2.897.002	34.764.020
Pizza carnes	4.772	2.837.749	34.052.992
Pizza hawaiana	4.090	2.374.586	28.495.030
Perro	8.181	1.352.592	16.231.104
Choripapa	6.362	1.271.340	15.256.076
Salchipapa	6.362	1.006.256	12.075.076
Churrasco	5.454	1.548.482	18.581.778
Colombinas de pollo	5.454	1.255.784	15.069.402
Flautas	5.454	269.973	3.239.676
Sandwich de pollo	5.454	908.091	10.897.092
Mazorca desgranada	5.454	1.115.343	13.384.116
Gaseosa	56.355	2.662.774	31.953.285
Cerveza	9.090	633.270	7.599.240
Limonada de panela	9.090	63.630	763.560
Naranjada	9.090	227.250	2.727.000
Agua	7.271	545.325	6.543.900
TOTAL MATERIA PRIMA		27.164.977	325.979.719
MANO DE OBRA DIRECTA			
Jefe de cocina	1	1.023.429	12.281.148
Auxiliares de cocina	4	2.807.844	33.694.128
Recargo horas extras jefe de cocina	1	170.691	2.048.288
Recargo horas extras auxiliares de cocina	4	455.175	5.462.100

TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA		4.457.139	53.485.664
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			
Cajero	1	1.031.819	12.381.828
Vigilante	1	1.031.819	12.381.828
Mesero	2	1.403.922	16.847.064
Oficios varios	1	707.700	8.492.400
Recargo por horas extras mesero y oficios varios	3	341.381	4.096.575
Recargo por horas extras cajero y vigilante	2	341.381	4.096.575
Bandeja #2	56.855	246.372	2.956.460
Bandeja J1	23.542	241.306	2.895.666
Bolsa 2 kilos	33.632	30.829	369.952
Bolsa aluminio	7.063	20.012	240.142
Servilletas	2.727	227.240	2.726.880
Palillos hamburguesa	291	16.967	203.609
Palillos papas	664	55.295	663.540
Pitillos (caja *200)	373	31.083	373.000
Bolsa para empacar de 20 kilos x 100 unidades	91	36.779	441.350
Servicios públicos	12	405.000	4.860.000
Seguros equipos	12	5.304	63.644
Arriendo	12	1.000.000	12.000.000
Depreciación	12	180.094	2.161.128
Mantenimiento	12	26.518	318.220
Otros costos	12	100.000	1.200.000
TOTAL CIF		7.480.822	89.769.861
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN AÑO 5			469.235.243

• **Gastos de administración.** Comprenden la nómina del área administrativa de la empresa, la depreciación de muebles y enseres y del equipo de oficina, la amortización de la inversión diferida y demás gastos en los que incurra el restaurante para su normal funcionamiento.

▪ **Seguro área administrativa.** Corresponde al 1% del valor de los muebles, enseres y equipo de cómputo de esta área. Ver tabla 226.

Tabla 226. Seguro área administrativa

Activo	Valor del activo	Proporción %	Valor \$/año	Valor \$/mes
Equipo de computo y oficinas	1.655.000,00	0,01	16.550,00	1.379,17
TOTAL	1.655.000,00		16.550,00	1.379,17

▪ **Seguro crédito financiero.** Valor liquidado por la entidad financiera que otorgará crédito por valor de \$20'000.000 a tres años. Ver Anexo L y tabla 227.

Tabla 227. Seguro crédito financiero

AÑO	VALOR
Año 1	37.007
Año 2	22.447
Año 3	7.887

▪ **Depreciación.** Corresponde al valor del equipo de cómputo y oficina y los muebles del área de administración. Ver cuadro tabla 228.

Tabla 228. Depreciación equipo de cómputo y muebles y enseres área administrativa

Activo	Valor del activo	Años depreciables	Depreciación año	Depreciación mes
Equipo de computo y oficina	1.655.000	5	331.000	27.583
Muebles	1.402.350	10	140.235	11.686
TOTAL	3.057.350		471.235	39.270

- **Amortización diferida.** El total de la inversión diferida se amortiza a 5 años, durante la vida de evaluación del proyecto. Ver tabla 229.

Tabla 229. Amortización diferida

Concepto	Valor del activo	Años amortizables	Valor amort. año	Valor amort. mes
Diferidos	9.777.340	5	1.955.468	162.956
Total amortización	9.777.340	5	1.955.468	162.956

- **Mantenimiento.** Corresponde al 5% del valor del equipo de cómputo y oficina. Ver tabla 230.

Tabla 230. Mantenimiento equipo de cómputo y oficina

Activo	Valor del activo	Proporción %	Valor \$/año	Valor \$/mes
Equipo de cómputo y oficina	1.655.000,00	0,05	82.750,00	6.895,83
TOTAL	1.655.000,00		82.750,00	6.895,83

- **Otros gastos de oficina.** Corresponde a los gastos adicionales requeridos para la optimización de los servicios, se estimó el valor de los insumos del botiquín e imprevistos, papelería, útiles de aseo y publicidad de operación. Ver tabla 231 a la 234.

Tabla 231. Otros gastos de oficina

OTROS GASTOS DE OFICINA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
Insumos botiquín	12	4.167	50.000
Imprevistos	12	100.000	1.200.000
TOTAL		104.167	1.250.000

Tabla 232. Papelería

PAPELERÍA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
Agenda directorio	1	8.000	8.000
Sello	2	9.500	19.000
Rollo para fax	3	4.200	12.600
Calculadora casio			
Caja de diskettes Maxell por 10 unidades	1	6.000	6.000
Resma de papel bond carta reprograf x 75 gramos	1	8.500	8.500
Caja lapicero kilométrico retráctil	1	10.800	10.800
Perforadora	1	8.000	8.000
Cosedora	1	4.650	4.650
Caja de ganchos para cosedora	1	3.250	3.250
Pegastick por 40 gramos	3	3.900	11.700
Pisapapel	1	9.700	9.700
Caja de clip gema	1	350	350
Archivador AZ carta	1	4.800	4.800
Carpeta colgante fabrifolder	15	1.410	21.150
Caja de gancho legajador IPP x 20 unidades	1	850	850
Bisturí grande	1	2.750	2.750
Paquete sobre de manila dispasobres tamaño carta especial x 100 unidades	1	15.000	15.000
Sacaganchos	1	2.700	2.700
Cartuchos de tinta negra para impresora	1	50.000	50.000
Cartuchos de tinta color para impresora	1	55.000	55.000
TOTAL			254.800

Tabla 233. Útiles de aseo

ÚTILES DE ASEO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Balde para agua	3	5.281	15.843
Escobas	6	3.503	21.018
Traperos	12	4.432	53.184
Sabra corriente verde	104	93	9.672
Sabra scott britte parrilla 3M	52	1.914	99.528
Límpido declor x 5 gls	12	19.772	237.264
Limpiador full fresh brisas *2000cc	104	3.997	415.688
Jabón polvo as agranel x 20 kilo	24	49.603	1.190.472
Jabón liquido spray familia *800cc	52	21.657	1.126.164
Toalla familia 7326*150	104	4.389	456.456
Eassy off hornos x 230	26	3.838	99.788
Papel higiénico familia doble hoja familia	180	3.903	702.540
Recogedor de basura	1	1.314	1.314
Paquete de bolsa para basura x 10 unidades	52	1.420	73.840
Guantes duralon eterna	12	1.717	20.604
Limpión de tela decorado	24	1.264	30.336
Lavaplatos full fresh limon*100	180	3.720	669.600
TOTAL			5.223.311

Tabla 234. Publicidad

PUBLICIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Tarjetas de presentación, en propalcolte 250 gr. policromia por una cara y plastificadas	1.000		46.400
Hojas bond carta a tres tintas por una cara	1.000		139.200
Sobres lord a una tinta por una cara	1.000		104.400
Volantes a dos tintas por una cara	1.000		92.800

Aviso en panaflex impreso (full color) con lona LG. Tamaño: 3.00 mts. x 1.00 mts.	1		900.000
Pendón Fotográfico 80x120 cm a todo color impresión digital para exteriores en lona banner print, con perfiles en PVC.	1		92.800
Total			1.375.600

Tabla 235. Gastos administración año 1

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Salario Gerente	1.535.939	18.431.268
Salario contadora	300.000	3.600.000
Salario revisor fiscal	300.000	3.600.000
Amortización diferida	162.956	1.955.468
Depreciación	39.270	471.235
Servicios públicos	248.000	2.976.000
Papelería	21.233	254.800
Útiles de aseo	435.276	5.223.311
Publicidad	114.633	1.375.600
Arriendo	1.000.000	12.000.000
Seguro	1.379	16.550
Seguro préstamo	3.084	37.007
Mantenimiento de equipo de cómputo y oficina	6.896	82.750
Otros gastos de administración	104.167	1.250.000
TOTAL	4.272.832	51.273.989

Tabla 236. Gastos administración año 2

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Salario Gerente	1.535.939	18.431.268
Salario contadora	300.000	3.600.000
Salario revisor fiscal	300.000	3.600.000
Amortización diferida	162.956	1.955.468
Depreciación	39.270	471.235
Servicios públicos	248.000	2.976.000
Papelería	16.913	202.950

Útiles de aseo	435.276	5.223.311
Publicidad	24.417	293.000
Arriendo	1.000.000	12.000.000
Seguro	1.379	16.550
Seguro préstamo	1.871	22.447
Mantenimiento de equipo de cómputo y oficina	6.896	82.750
Otros gastos de administración	104.167	1.250.000
TOTAL	4.177.082	50.124.979

Tabla 237. Gastos administración año 3

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Salario Gerente	1.549.194	18.590.328
Salario contadora	300.000	3.600.000
Salario revisor fiscal	300.000	3.600.000
Amortización diferida	162.956	1.955.468
Depreciación	39.270	471.235
Servicios públicos	248.000	2.976.000
Papelería	16.913	202.950
Útiles de aseo	435.276	5.223.311
Publicidad	24.417	293.000
Arriendo	1.000.000	12.000.000
Seguro	1.379	16.550
Seguro préstamo	657	7.887
Mantenimiento de equipo de cómputo y oficina	6.896	82.750
Otros gastos de administración	104.167	1.250.000
TOTAL	4.189.123	50.269.479

Tabla 238. Gastos administración años 4 y 5

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Salario Gerente	1.549.194	18.590.328
Salario contadora	300.000	3.600.000
Salario revisor fiscal	300.000	3.600.000
Amortización diferida	162.956	1.955.468
Depreciación	39.270	471.235
Servicios públicos	248.000	2.976.000

Papelería	16.913	202.950
Útiles de aseo	435.276	5.223.311
Publicidad	24.417	293.000
Arriendo	1.000.000	12.000.000
Seguro	1.379	16.550
Mantenimiento de equipo de cómputo y oficina	6.896	82.750
Otros gastos de administración	104.167	1.250.000
TOTAL	4.188.466	50.261.592

• **Gastos financieros.** Corresponden a los intereses pagados por el crédito bancario. Ver tabla 239 y Anexo I.

Tabla 239. Gastos financieros

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3
Intereses	3.578.666,67	2.170.666,67	762.666,67
Total	3.578.666,67	2.170.666,67	762.666,67

• **Total capital de trabajo.** Corresponde al dinero requerido para el normal funcionamiento del Restaurante Planeta Burger Ltda. durante el primer mes de labores. Ver tabla 240.

Tabla 240. Total capital de trabajo

Concepto	Valor mes \$
Costos de producción	32.781.272
Gastos administrativos y de ventas	3.554.668
Gastos financieros	298.222
Total capital de trabajo	36.634.162

5.1.4 Inversión total. Para la puesta en marcha de la sala de Restaurante Planeta Burger Ltda. se requiere una inversión total de \$65'967.865. Ver tabla 241.

Tabla 241. Inversión total

Concepto	Valor total \$
Inversión fija	18.304.226
Inversión Diferida	9.777.340
Capital de trabajo	36.634.162
Total inversión	64.715.728

5.1.5 Fuentes de financiación. Realizados los cálculos de la inversión se determinó que los socios realizaran un aporte de \$44'715.728 y una solicitud de crédito de \$20'.000.000 para libre inversión, crédito autorizado por el Banco Granahorrar, Ver anexo I y tabla 242.

Tabla 242. Fuentes de financiación

Capital disponible	Valor \$	Participación %
Recursos propios (aportes sociales)	44.715.727,88	69,10%
Recursos de terceros (crédito bancario)	20.000.000,00	30,90%
Total	64.715.727,88	100,00%

5.2 COSTOS

Dependiendo de la incidencia de los costos sobre cada uno de los diferentes servicios, se calculan los costos fijos y variables, para determinar el valor de los costos totales.

5.2.1 Costos fijos. Los costos fijos están compuestos por el valor de mano de obra directa, mantenimiento de los equipos del área de cocina y administración, seguros de operación y administración, depreciación del área operativa y administrativa, amortización de diferidos, honorarios por concepto

de servicios prestados por el contador y el revisor fiscal, arriendo el cual fue distribuido el 50% al área administrativa y el 50% al área operativa, publicidad de operación, seguro de crédito financiero y los gastos financieros – intereses -. Ver tabla 239.

Tabla 243. Costos fijos

COSTO DE PRODUCCIÓN	COSTO FIJO
Mano de obra directa	43.696.607
Costos indirectos de fabricación	72.569.034
SUBTOTAL	116.265.640
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	GASTO FIJO
Salario Gerente	18.590.328
Salario contadora	3.600.000
Salario revisor fiscal	3.600.000
Amortización diferida	1.955.468
Depreciación	471.235
Arriendo	12.000.000
Seguro	16.550
Seguro préstamo	22.447
Mantenimiento de equipo de cómputo y oficina	82.750
SUBTOTAL	40.338.778
GASTOS FINANCIEROS	
Intereses	3.578.667
SUBTOTAL	3.578.667
TOTAL	160.183.084

5.2.2 Costos variables. Conformados por la materia prima requerida para la elaboración de los diferentes platos de comida rápida, los insumos (bandejas, bolsas, palillos, pitillos y servilletas), servicios públicos, papelería, útiles de aseo publicidad y otros costos y gastos que se determinaron como medida preventiva en caso de cualquier adicional que se genere al respecto. Ver tabla 244.

Tabla 244. Costos variables

COSTO DE PRODUCCIÓN	COSTO VARIABLES
Materia prima	277.292.931
Costos indirectos de fabricación	15.207.984
SUBTOTAL	292.500.915
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	GASTO VARIABLE
Servicios públicos	2.976.000
Papelería	202.950
Útiles de aseo	5.223.311
Publicidad	293.000
Otros gastos de administración	1.250.000
SUBTOTAL	9.945.261
TOTAL	302.446.176

5.2.3 Costos totales. Corresponde a la suma de los costos fijos y los costos variables. Ver tablas 245.

Tabla 245. Costos totales

COSTO DE PRODUCCIÓN	COSTO TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLES
Materia prima	277.292.931		277.292.931
Mano de obra directa	43.696.607	43.696.607	
Costos indirectos de fabricación	87.777.018	72.569.034	15.207.984
SUBTOTAL	408.766.555	116.265.640	292.500.915
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	GASTO TOTAL	GASTO FIJO	GASTO VARIABLE
Salario Gerente	18.590.328	18.590.328	
Salario contadora	3.600.000	3.600.000	
Salario revisor fiscal	3.600.000	3.600.000	
Amortización diferida	1.955.468	1.955.468	
Depreciación	471.235	471.235	
Servicios públicos	2.976.000		2.976.000
Papelería	202.950		202.950
Útiles de aseo	5.223.311		5.223.311
Publicidad	293.000		293.000
Arriendo	12.000.000	12.000.000	
Seguro	16.550	16.550	
Seguro préstamo	22.447	22.447	

Mantenimiento de equipo de cómputo y oficina	82.750	82.750	
Otros gastos de administración	1.250.000		1.250.000
SUBTOTAL	50.284.039	40.338.778	9.945.261
GASTOS FINANCIEROS			
Intereses	3.578.666,67	3.578.667	
SUBTOTAL	3.578.667	3.578.667	
TOTAL	462.629.260	160.183.084	302.446.176

5.2.4 Precio de venta. Para determinar el precio de venta de cada uno de los platos de comidas rápidas así como de las bebidas que se ofrecerán en el Restaurante Planeta Burger Ltda., se analizaron los precios que maneja el mercado en el sector por este concepto, esto se realizó a través de diversos consumos en los restaurantes más visitados en Cabecera de Llano dado que el precio es uno de los factores más observables por los clientes y determinantes al momento de solicitar cualquiera de los diferentes servicios.

Con el ánimo de ofrecer un precio atractivo que capture la atención del cliente se estimaron los siguientes precios:

Tabla 246. Precio de venta

DETALLE	VALOR UNITARIO
Hamburguesa	5.000
Pizza	12.000
Perro	3.500
Choripapa	3.500
Salchipapa	3.500
Churrasco	6.000
Colombinas de pollo	3.500
Flautas	1.200
Sandwich de pollo	3.500
Mazorca desgranada	3.500
Gaseosa	1.000

Cerveza	1.500
Limonada de panela	1.200
Naranjada	1.200
Agua	1.200

5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

Corresponde a todos los egresos en que incurrirá la empresa para el desarrollo de su objeto social: la prestación del servicio de restaurante de comida rápida al igual que los ingresos que recibirá por la prestación de cada uno de ellos en las cantidades establecidas en el estudio técnico.

Es importante recordar que se trabajará con pesos constantes, es decir que se mantienen fijos los precios y costos y solo se estima los incrementos por concepto de aumento de capacidad año por año, para aquellas cuentas que tienen relación directa con la producción, como es el caso de las materias primas e insumos.

5.3.1 Egresos proyectados. . Comprenden costos de producción, los gastos de administración y los gastos financieros, proyectados a 5 años, considerados como horizonte de evaluación de la presente propuesta. Ver tablas 243 a la 245.

Tabla 247. Costos de producción proyectados a cinco años

Concepto	Valor \$/año 1	Valor \$/año 2	Valor \$/año 3	Valor \$/año 4	Valor \$/año 5
Insumos	277.292.931	296.812.375	317.411.558	340.434.754	325.979.719
Mano de obra directa	44.003.891	44.003.891	53.861.816	53.861.816	53.861.816
CIF	78.327.057	79.294.505	79.765.757	80.531.696	80.049.672
Total	399.623.878	420.110.770	451.039.130	474.828.265	459.891.206

Tabla 248. Gastos de administración proyectados a cinco años

Concepto	Valor Año 1 \$	Valor Año 2 \$	Valor Año 3 \$	Valor Año 4 \$	Valor Año 5 \$
Total gastos de administración	51.433.049	50.284.039	50.269.479	50.261.592	50.261.592

Tabla 249. Gastos de administración proyectados a tres años

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3
Intereses	3.578.667	2.170.667	762.667
Total	3.578.667	2.170.667	762.667

5.3.2 Ingresos proyectados. Para la proyección de los ingresos se tiene en cuenta el número de platos de comidas rápidas y bebidas a vender para los primeros cinco años de vida útil del proyecto, multiplicados por el precio de venta que permanece constante. Ver tablas 246 a 250

Tabla 250. Ingresos año 1

DETALLE	CANTIDAD ANUAL	VALOR UNITARIO	TOTAL
Hamburguesa	24.246	4.500	109.107.000
Pizza	11.365	12.000	136.380.000
Perro	6.820	3.500	23.870.000
Choripapa	5.304	3.500	18.564.000
Salchipapa	5.304	3.500	18.564.000
Churrasco	4.546	6.000	27.276.000
Colombinas de pollo	4.546	3.500	15.911.000
Flautas	4.546	1.200	5.455.200
Sandwich de pollo	4.546	3.500	15.911.000
Mazorca desgranada	4.546	3.500	15.911.000
Gaseosa	46.977	1.000	46.977.000
Cerveza	7.577	1.500	11.365.500
Limonada de panela	7.577	1.200	9.092.400
Naranjada	7.577	1.200	9.092.400
Agua	6.061	1.200	7.273.200
TOTAL	151.538		470.749.700

Tabla 251. Ingresos 2

DETALLE	CANTIDAD ANUAL	VALOR UNITARIO	TOTAL
Hamburguesa	26.265	4.500	118.192.500
Pizza	12.312	12.000	147.744.000
Perro	7.388	3.500	25.858.000
Choripapa	5.745	3.500	20.107.500
Salchipapa	5.745	3.500	20.107.500
Churrasco	4.924	6.000	29.544.000
Colombinas de pollo	4.924	3.500	17.234.000
Flautas	4.924	1.200	5.908.800
Sandwich de pollo	4.924	3.500	17.234.000
Mazorca desgranada	4.924	3.500	17.234.000
Gaseosa	50.886	1.000	50.886.000
Cerveza	8.208	1.500	12.312.000
Limonada de panela	8.208	1.200	9.849.600
Naranjada	8.208	1.200	9.849.600
Agua	6.565	1.200	7.878.000
TOTAL			509.939.500

Tabla 252. Ingresos 3

DETALLE	CANTIDAD ANUAL	VALOR UNITARIO	TOTAL
Hamburguesa	28.322	4.500	127.449.000
Pizza	13.276	12.000	159.312.000
Perro	7.966	3.500	27.881.000
Choripapa	6.196	3.500	21.686.000
Salchipapa	6.196	3.500	21.686.000
Churrasco	5.310	6.000	31.860.000
Colombinas de pollo	5.310	3.500	18.585.000
Flautas	5.310	1.200	6.372.000
Sandwich de pollo	5.310	3.500	18.585.000
Mazorca desgranada	5.310	3.500	18.585.000
Gaseosa	54.875	1.000	54.875.000
Cerveza	8.850	1.500	13.275.000

Limonada de panela	8.850	1.200	10.620.000
Naranjada	8.850	1.200	10.620.000
Agua	7.081	1.200	8.497.200
TOTAL			549.888.200

Tabla 253. Ingresos 4

DETALLE	CANTIDAD ANUAL	VALOR UNITARIO	TOTAL
Hamburguesa	30.376	4.500	136.692.000
Pizza	14.240	12.000	170.880.000
Perro	8.543	3.500	29.900.500
Choripapa	6.645	3.500	23.257.500
Salchipapa	6.645	3.500	23.257.500
Churrasco	5.695	6.000	34.170.000
Colombinas de pollo	5.695	3.500	19.932.500
Flautas	5.695	1.200	6.834.000
Sandwich de pollo	5.695	3.500	19.932.500
Mazorca desgranada	5.695	3.500	19.932.500
Gaseosa	58.854	1.000	58.854.000
Cerveza	9.492	1.500	14.238.000
Limonada de panela	9.492	1.200	11.390.400
Naranjada	9.492	1.200	11.390.400
Agua	7.594	1.200	9.112.800
TOTAL			589.774.600

Tabla 254. Ingresos 5

DETALLE	CANTIDAD ANUAL	VALOR UNITARIO	TOTAL
Hamburguesa	29.087	4.500	130.891.500
Pizza	13.634	12.000	163.608.000
Perro	8.181	3.500	28.633.500
Choripapa	6.362	3.500	22.267.000
Salchipapa	6.362	3.500	22.267.000
Churrasco	5.454	6.000	32.724.000
Colombinas de pollo	5.454	3.500	19.089.000
Flautas	5.454	1.200	6.544.800
Sandwich de pollo	5.454	3.500	19.089.000

Mazorca desgranada	5.454	3.500	19.089.000
Gaseosa	56.355	1.000	56.355.000
Cerveza	9.090	1.500	13.635.000
Limonada de panela	9.090	1.200	10.908.000
Naranjada	9.090	1.200	10.908.000
Agua	7.271	1.200	8.725.200
TOTAL			564.734.000

5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es una herramienta básica con la cual se puede determinar el número de platos de comidas rápidas y bebidas a vender mínimo por cada uno, para que el proyecto cubra sus costos y gastos. En este punto la empresa ni pierde ni gana.

Se utiliza como medida guía para establecer el compromiso mínimo que debe fijarse la empresa para que al menos cumpla a cabalidad con el capital de trabajo requerido para su normal funcionamiento. Ver tablas 255 a la 257

Tabla 255. Cálculo margen de contribución

AÑO 1	Hamburguesa	Pizza pollo	Pizza carnes
Precio del servicio	5.000,00	12.000,00	12.000,00
Costo Variable	2.851,99	7.450,98	7.301,98
Margen de Contribución	2.148,01	4.549,02	4.698,02
% participación respecto de las cantidades totales	16%	3%	3%

AÑO 1	Pizza hawaiana	Perro	Choripapa
Precio del servicio	12.000,00	3.500,00	3.500,00
Costo Variable	7.133,02	2.149,99	2.563,99
Margen de Contribución	4.866,98	1.350,01	936,01
% participación respecto de las cantidades totales	2%	5%	4%

AÑO 1	Salchipapa	Churrasco	Colom.pollo
Precio del servicio	3.500,00	6.000,00	3.500,00
Costo Variable	2.063,99	3.572,99	2.928,99
Margen de Contribución	1.436,01	2.427,01	571,01
% participación respecto de las cantidades totales	4%	3%	3%

AÑO 1	Flauta	Sandwich	Mazorca
Precio del servicio	1.200,00	3.500,00	3.500,00
Costo Variable	759,99	2.163,99	2.619,99
Margen de Contribución	440,01	1.336,01	880,01
% participación respecto de las cantidades totales	3%	3%	3%

AÑO 1	Gaseosa	Cerveza	Limonada
Precio del servicio	1.000,00	1.500,00	1.200,00
Costo Variable	732,99	1.001,99	249,99
Margen de Contribución	267,01	498,01	950,01
% participación respecto de las cantidades totales	31%	5%	5%

AÑO 1	Naranjada	Agua
Precio del servicio	1.200,00	1.200,00
Costo Variable	465,99	1.065,99
Margen de Contribución	734,01	134,01
% participación respecto de las cantidades totales	5%	4%

Tabla 256. Asignación de cif y gastos de administración totales por producto

	Hamburguesa	Pizza pollo	Pizza carnes
TOTAL CIF VARIABLES	2.433.269	399.210	399.210
TOTAL GTOS ADMON VARIABLES	1.591.237	261.063	261.063
UNIDADES PROYECTADAS	24.246	3.978	3.978

	Pizza hawaiana	Perro	Choripapa
TOTAL CIF VARIABLES	342.180	684.439	532.297
TOTAL GTOS ADMON VARIABLES	223.768	447.589	348.095
UNIDADES PROYECTADAS	3.409	6.820	5.304

	Salchipapa	Churrasco	Colom.pollo
TOTAL CIF VARIABLES	532.297	456.225	456.225
TOTAL GTOS ADMON VARIABLES	348.095	298.349	298.349
UNIDADES PROYECTADAS	5.304	4.546	4.546

	Flauta	Sandwich	Mazorca
TOTAL CIF VARIABLES	456.225	456.225	456.225
TOTAL GTOS ADMON VARIABLES UNIDADES PROYECTADAS	298.349 4.546	298.349 4.546	298.349 4.546

	Gaseosa	Cerveza	Limonada
TOTAL CIF VARIABLES	4.714.497	760.409	760.409
TOTAL GTOS ADMON VARIABLES UNIDADES PROYECTADAS	3.083.045 46.977	497.270 7.577	497.270 7.577

	Naranja	Agua
TOTAL CIF VARIABLES	760.409	608.267
TOTAL GTOS ADMON VARIABLES UNIDADES PROYECTADAS	497.270 7.577	397.776 6.061

Tabla 257. Cálculo costo unitario variable por producto

AÑO 1	Hamburguesa	Pizza pollo	Pizza carnes
Costo variable por materia prima	2.686,00	7.285,00	7.136,00
Costo variable por CIF	100,36	100,35	100,35
Costo variable por gastos de administración	65,63	65,63	65,63
Total costo variable por producto	2.851,99	7.450,98	7.301,98

AÑO 1	Pizza hawaiana	Perro	Choripapa
Costo variable por materia prima	6.967,00	1.984,00	2.398,00
Costo variable por CIF	100,38	100,36	100,36
Costo variable por gastos de administración	65,64	65,63	65,63
Total costo variable por producto	7.133,02	2.149,99	2.563,99

AÑO 1	Salchipapa	Churrasco	Colom.pollo
Costo variable por materia prima	1.898,00	3.407,00	2.763,00
Costo variable por CIF	100,36	100,36	100,36
Costo variable por gastos de administración	65,63	65,63	65,63
Total costo variable por producto	2.063,99	3.572,99	2.928,99

AÑO 1	Flauta	Sandwich	Mazorca
Costo variable por materia prima	594,00	1.998,00	2.454,00
Costo variable por CIF	100,36	100,36	100,36
Costo variable por gastos de administración	65,63	65,63	65,63
Total costo variable por producto	759,99	2.163,99	2.619,99

AÑO 1	Gaseosa	Cerveza	Limonada
Costo variable por materia prima	567,00	836,00	84,00
Costo variable por CIF	100,36	100,36	100,36
Costo variable por gastos de administración	65,63	65,63	65,63
Total costo variable por producto	732,99	1.001,99	249,99

AÑO 1	Naranjada	Agua
Costo variable por materia prima	300,00	900,00
Costo variable por CIF	100,36	100,36
Costo variable por gastos de administración	65,63	65,63
Total costo variable por producto	465,99	1.065,99

Margen de contribución = (2148,01 *16%) + (4549,02*3%) + (4698,02*3%) + (4866,98 * 2%) + (1350,01 *5%) + (936,01*4%) + (1436.01*4%) + (2427.01*3%) + (571.01*3%) + (440,01 * 3%) + (1336,01 *3%) + (880.01 * 3%) + (267,01*31%) + (498,01*5%) + (950,01*5%) + (734,01*5%) + (134,01*4%)

Margen de contribución = 1206,56

Punto de equilibrio =
$$\frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Margen de contribución}}$$

Punto de equilibrio =
$$\frac{160.183.084,39}{1.206,56}$$

Punto de equilibrio = 132.761

Distribución de los platos de comidas rápidas y bebidas a vender en el año 1 en el punto de equilibrio.

Tabla 258. Distribución de los platos de comidas rápidas y bebidas a vender en el punto de equilibrio

PRODUCTO	PARTICIPACIÓN	CANTIDADES A VENDER EN EL PUNTO DE EQUILIBRIO
Hamburguesa	16%	21.242
Pizza pollo con champiñones	3%	3.485
Pizza carnes	3%	3.485
Pizza hawaiana	2%	2.987
Perro	5%	5.975
Choripapa	4%	4.647
Salchipapa	4%	4.647
Churrasco	3%	3.983
Colombinas de pollo	3%	3.983
Flautas	3%	3.983
Sandwich de pollo	3%	3.983
Mazorca desgranada	3%	3.983
Gaseosa	31%	41.156
Cerveza	5%	6.638
Limonada de panela	5%	6.638
Naranjada	5%	6.638
Agua	4%	5.310
Total	100%	132.761

5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Es la herramienta que presenta las entradas y salidas de efectivo en un período de tiempo determinado, sirve como referencia para la elaboración del balance general proyectado y es utilizado para el cálculo de las variables de evaluación financiera como el VPN y TIR. Ver tabla 259.

5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Permite ver la utilidad obtenida por la empresa durante los cinco años proyectados. El estado de resultados sirve de base para la elaboración del balance general, flujo neto de caja, y para el cálculo de la evaluación

financiera y razones financieras básicas que dan soporte a determinar si el proyecto es viable, factible y rentable. Ver tabla 260.

5.7 BALANCE GENERAL

Informa en una fecha determinada la situación financiera de la empresa, presentando en forma clara el valor de sus propiedades y derechos, sus obligaciones y su capital.

Para este proyecto se elaboró este balance general tomando desde el año base y proyectado a cinco años. Ver tabla 261.

Tabla 259. Flujo de caja proyectado

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Entradas						
Efectivo						
Ingresos por ventas		482.872.700	523.072.000	564.049.200	604.962.600	579.277.500
Aporte de socios	44.715.728					
Crédito	20.000.000					
Total de Entradas	64.715.728	482.872.700	523.072.000	564.049.200	604.962.600	579.277.500
Salidas						
Maquinaria y equipo	8.019.400					
Equipo de oficina	10.284.826					
Diferidos	9.777.340					
Costo de producción		408.766.555	429.454.807	460.112.939	484.172.302	469.235.243
Gastos de administración		51.273.989	50.124.979	50.269.479	50.261.592	50.261.592
Gastos Financieros		3.578.667	2.170.667	762.667		
Impuesto renta		7.412.593	15.908.796	20.368.085	27.153.552	23.015.556
Reserva legal		1.184.090	2.541.275	3.253.603	4.337.515	3.676.511
Total salidas	28.081.566	472.215.894	500.200.523	534.766.772	565.924.961	546.188.902
Saldo (Entradas - salidas)	36.634.162	10.656.806	22.871.477	29.282.428	39.037.639	33.088.598
Más depreciación		2.632.363	2.632.363	2.632.363	2.632.363	2.632.363
Más Amortización diferidos		1.955.468	1.955.468	1.955.468	1.955.468	1.955.468
Más Reserva legal		1.184.090	2.541.275	3.253.603	4.337.515	3.676.511
Menos pago a Principal		6.666.667	6.666.667	6.666.667		
Total saldo neto	36.634.162	9.762.060	23.333.916	30.457.195	47.962.985	41.352.939
Saldo Inicial		36.634.162	46.396.222	69.730.138	100.187.333	148.150.318
Saldo Final	36.634.162	46.396.222	69.730.138	100.187.333	148.150.318	189.503.257

Tabla 260. Estado de resultados proyectado

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ingresos por ventas	482.872.700	523.072.000	564.049.200	604.962.600	579.277.500
Tota Ingresos	482.872.700	523.072.000	564.049.200	604.962.600	579.277.500
Costo de producción	408.766.555	429.454.807	460.112.939	484.172.302	469.235.243
Utilidad Marginal	74.106.145	93.617.193	103.936.261	120.790.298	110.042.257
Gastos de administración	51.273.989	50.124.979	50.269.479	50.261.592	50.261.592
Utilidad operacional	22.832.156	43.492.214	53.666.782	70.528.706	59.780.665
Gastos Financieros	3.578.667	2.170.667	762.667		
Utilidad antes de Imp.	19.253.490	41.321.548	52.904.116	70.528.706	59.780.665
Impuestos 38,5%	7.412.593	15.908.796	20.368.085	27.153.552	23.015.556
Utilidad Neta	11.840.896	25.412.752	32.536.031	43.375.154	36.765.109
Reserva legal 10%	1.184.090	2.541.275	3.253.603	4.337.515	3.676.511
Utilidad por distribuir	10.656.806	22.871.477	29.282.428	39.037.639	33.088.598

Tabla 261. Balance General proyectado

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS						
ACTIVO CORRIENTE						
Caja y Bancos	36.634.162	46.396.222	69.730.138	100.187.333	148.150.318	189.503.257
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	36.634.162	46.396.222	69.730.138	100.187.333	148.150.318	189.503.257
ACTIVO FIJO						
Maquinaria y equipos	8.019.400	8.019.400	8.019.400	8.019.400	8.019.400	8.019.400
Equipo de oficina	10.284.826	10.284.826	10.284.826	10.284.826	10.284.826	10.284.826
Diferidos	9.777.340	9.777.340	9.777.340	9.777.340	9.777.340	9.777.340
Menos Dep. Acumulada.		2.632.363	5.264.725	7.897.088	10.529.450	13.161.813
Menos Amortización dife. Acumu.		1.955.468	3.910.936	5.866.404	7.821.872	9.777.340
TOTAL ACTIVO FIJO	28.081.566	23.493.735	18.905.904	14.318.074	9.730.243	5.142.413
TOTAL ACTIVOS	64.715.728	69.889.957	88.636.042	114.505.407	157.880.561	194.645.670
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
Obligaciones a corto plazo	6.666.667	13.333.333	6.666.667	-	-	
Total pasivo corriente	6.666.667	13.333.333	6.666.667	-	-	
Pasivo no corriente						
Obligaciones a largo plazo	13.333.333	-	-			
Total pasivo no corriente	13.333.333	-	-			
Total Pasivos	20.000.000	13.333.333	6.666.667	-	-	-
Patrimonio						
Aporte de socios	44.715.728	44.715.728	44.715.728	44.715.728	44.715.728	44.715.728
Reserva legal		1.184.090	3.725.365	6.978.968	11.316.483	14.992.994
Utilidades del ejercicio		10.656.806	22.871.477	29.282.428	39.037.639	33.088.598
Utilidades del ejercicio anteriores			10.656.806	33.528.283	62.810.711	101.848.350
PATRIMONIO	44.715.728	56.556.624	81.969.376	114.505.407	157.880.561	194.645.670
Total (Pasivo+Patrimonio)	64.715.728	69.889.957	88.636.042	114.505.407	157.880.561	194.645.670

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1 IMPACTO SOCIAL

El proyecto constituye, sin duda una alternativa de desarrollo sostenible para la ciudad de Bucaramanga, específicamente para el sector de Cabecera de Llano, el cual continúa su crecimiento de manera constante, esto se observa en los diversos establecimientos de comercio que funcionan desde hace años y en los que se instalan constantemente, siendo especialmente utilizado como sitio de compras de cualquier tipo (ropa, electrodomésticos, medicina, estética) y como recreación (en él funcionan diversos establecimientos como cafés, cines, juegos de azar y clubes entre los que más se destacan) por las familias que habitan en la ciudad de Bucaramanga y su Área Metropolitana, esta situación favorece la implementación y puesta en marcha de la presente propuesta.

La creación y desarrollo de una nueva empresa es un efectivo aporte a la disminución del alto índice de desempleo, puesto que va a dar la ocupación a por lo menos diez trabajos directos y dos indirectos; cumpliendo, por tanto una función social.

De igualmente se realizarán los pagos de impuestos contribuyendo con ello al mejoramiento de los ingresos municipales, mediante pagos de gravámenes como:

- Licencia de funcionamiento
- Impuesto de Industria y Comercio
- Impuesto de renta

Aunque el proyecto desde todos sus estudios, de mercados, técnico y financiero es viable, genera una buena rentabilidad también es cierto que hay condiciones externas –externalidades- que influyen en el logro de las metas que cada empresario se traza una vez inicia su ciclo productivo.

Es importante recalcar que la propuesta contribuye al desarrollo regional por cuanto ayuda a satisfacer una demanda que quedó desubicada por el cierre de los puestos de comidas rápidas callejeras, locales que ante todo según la secretaria de salud no contaban con la reglamentación exigida para su funcionamiento como tampoco podían seguir allí ubicados por orden del POT.

Desafortunadamente el país si que se ve influenciado por estos aspectos y aunque la idea siempre es maximizar los recursos de que se disponen el entorno económico influye en que los resultados no sean los esperados.

No se puede ser ajeno a ello, por lo tanto, hay que tener claro que situaciones influyen en que el panorama a veces no sea el esperado; dentro de los aspectos que intervienen se tienen:

6.1.1 El precio. Si los precios que establece la competencia bajan, es probable que obliguen a la nueva empresa a realizar esta misma acción, disminuyendo por tanto su nivel de ingresos. No es una medida que afecte el proyecto por cuanto los precios que se establecieron están muy por debajo de los que maneja la competencia.

6.1.2 Los productos sustitutos. Cada vez más y por efectos de la globalización, la cultura mundial ha entrado al país trayendo con ello variedades de comidas que atraen al público en general, este factor hace que

disminuya la demanda de este tipo de comidas al menos mientras se conoce la novedad de ese otro negocio.

6.1.3 El desempleo. Se dice que un desempleo entre el 4 y el 6% refleja economías sólidas, sin embargo el país tiene actualmente un índice, que esta por el 10% según el DANE, pero si se observa de manera directa tal situación, se ve el aumento exagerado de empleos indirectos, por quienes una vez desempleados buscan la manera de sobrevivir –rebusque-, esto también influye en la capacidad de pago por parte de los futuros clientes del Restaurante Planeta Burger Ltda.

6.1.4 La inflación interna y externa. A nivel interno vemos como al subir la tasa de inflación se pierde la capacidad de compra y el individuo se ve obligado solo a satisfacer sus necesidades primarias básicas –comida, vivienda y educación- situación que le cohibe de destinar dinero para actividades de recreación y descanso; a nivel externo –mundo- igualmente se afecta el país, específicamente con los países con los cuales se mantienen negociaciones, ya que al perder su capacidad de compra, disminuye el nivel de exportaciones hacia los mismos, disminuyendo con ello la balanza comercial del país lo que obliga al gobierno a tomar medidas emergentes, creación de más impuestos, a fin de contar con la liquidez necesaria para cubrir sus costos fiscales –deuda externa-.

Aunque los factores que anteriormente se mencionaron condicionan indiscutiblemente la puesta en marcha de este proyecto, también es cierto que se cuentan con todos los argumentos a favor para su implementación y puesta en marcha.

6.2 IMPACTO AMBIENTAL

Por tratarse de un establecimiento dedicado a la elaboración y venta de comida rápida, se generan residuos que se clasifican como residuos sólidos y residuos líquidos.

Dentro de los residuos sólidos se tienen: restos orgánicos de la preparación de alimentos, restos orgánicos provenientes de comida no consumida, restos de envases desechables y restos orgánicos por limpieza de canaletas, rejillas o trampas de grasa.

En cuanto a los residuos líquidos se tienen: restos de aceite de fritura, aguas de lavado, además las operaciones de preparación de comidas rápidas, generan problemas de emisión de olores, humos y ruidos (por efecto del funcionamiento de equipos de extracción de aire, campanas y equipos de frío).

Todo lo anterior debe ser analizado para que una vez empieza el funcionamiento del restaurante, se tomen las medidas higiénicas y de aseo pertinentes para que el manejo de estos residuos sea el apropiado y se evite cualquier tipo de contaminación, ya sea por aguas residuales, basuras o ruidos.

En lo referente al Plan de Ordenamiento Territorial, de acuerdo a la ubicación establecida en la microlocalización, el área escogida no presenta ningún tipo de impedimento para su funcionamiento.

6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

6.3.1 Valor presente neto. Se define como la diferencia entre los ingresos y egresos (incluido como egreso la inversión) a valores actualizados.

TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO:

$$\text{Interés} = [(1+i_1) (1+i_2) - 1] * 100$$

$$\text{DTF} = 6,74\%. \text{ Julio 31 de 2006}$$

$$\text{Interés} = [(1+0,1348) (1+0,0674) - 1] * 100$$

Tasa mínima aceptable de rendimiento

21,13%

Tabla 262. Cálculo del valor presente neto

Periodo	Inversión	Flujos Netos	Factor VPN	VPN (0)	VPN Acumulado
Año		Sin Actualizar	(1+i ⁿ)		
0	-64.715.728		1,0000	-64.715.728	-64.715.728
1		9.762.060	0,8393	11.631.193	-53.084.535
2		23.333.916	0,7045	33.121.243	-19.963.292
3		30.457.195	0,5913	51.508.870	31.545.578
4		47.962.985	0,4963	96.641.114	128.186.692
5		41.352.939	0,4166	99.262.937	227.449.629
Total				227.449.629	

$$\text{VPN} = \$227'449.629 - 64'715.728$$

$$\text{VPN} = \$ 162'733.901$$

El VPN de \$162'733.901, es superior a cero (0), por lo tanto se dice que el proyecto es rentable y conveniente para su ejecución.

6.3.2 Tasa interna de retorno. TIR. Esta refleja la tasa de interés o rentabilidad que el proyecto arrojará periodo a periodo durante toda su vida útil.

Tabla 263. Calculo TIR

SALDOS NETOS	TIR
-64.715.728	
9.762.060	
23.333.916	
30.457.195	
47.962.985	
41.352.939	28,97%

Utilizando la hoja electrónica –Excel- se calcula y da una TIR del 28.97%; por tanto se puede concluir que el proyecto es viable ya que trabaja a una tasa de interés del 28.97% efectiva anual superior a la tasa de evaluación del mismo del 21.13%.

6.3.3 Periodo de recuperación. Es el periodo de tiempo en el cual se cubre el monto total de la inversión, con los flujos netos de efectivo.

51.508.870	12
19.963.292	X

X = 6,65 meses

Para el presente proyecto, la inversión total es de \$64'715.728 y se recuperará en un periodo aproximado de dos años, 6 meses y veinte días, tiempo relativamente corto dada la inversión.

6.3.4 Análisis de razones financieras. El análisis por razones o indicadores financieros establece una relación numérica entre dos cantidades, estas dos cantidades pueden ser diferentes, ya sea del balance o del estado de resultados, en la cual señala los puntos fuertes y débiles del negocio e indica probabilidades y tendencias; por este motivo se ha seleccionado una serie de razones o indicadores que se pueden utilizar y dentro de los cuales se analiza:

Tabla 264. Cálculo de razones financieras

RAZONES DE LIQUIDEZ		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razón Corriente	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	3,48	10,46			
Razón del Capital de Trabajo	$\frac{\text{Act. Cte} - \text{Pas. Cte}}{\text{Activo total}}$	33.062.889	63.063.471	100.187.333	148.150.318	189.503.257
RAZONES DE ACTIVIDAD						
Rotación de activos totales	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos totales brutos}}$	26,38	28,58	30,82	33,05	31,65
RAZONES DE RENTABILIDAD						
Margen bruto de ganancias	$\frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}} * 100$	15,35	17,90	18,43	19,97	19,00
Margen de operación	$\frac{\text{Utilidad de operación}}{\text{Ventas netas}} * 100$	0,047	0,083	0,095	0,117	0,103
Margen neto de ganancias	$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}} * 100$	2,45	4,86	5,77	7,17	6,35
Rentabilidad en relación al capital	$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}} * 100$	26,48	44,93	39,69	37,88	23,29
Rentabilidad en relación a la inversión	$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activo total bruto}} * 100$	0,65	1,39	1,78	2,37	2,01

RAZONES DE ENDEUDAMIENTO						
Nivel de endeudamiento	<u>Pasivo total</u>	0,19	0,08	-	-	-
	Activo total					
Concentración del endeudamiento en el corto plazo	<u>Pasivo corriente</u>	1,00	1,00			
	Pasivo total					
INDICADORES DE APALANCAMIENTO						
Leverage total	<u>Pasivo total</u>	0,24	0,08	-	-	-
	Patrimonio					
Leverage a corto plazo	<u>Pasivo corriente</u>	0,24	0,08	-	-	-
	Patrimonio					

Razones de liquidez. La empresa tiene como respaldar sus deudas a través de sus activos corrientes –créditos financieros- y cuenta con el capital de trabajo requerido para el funcionamiento del Restaurante Planeta Burger Ltda.

Razones de actividad. Por cada peso que la empresa ha invertido a través de sus activos fijos –sin incluir depreciación- la empresa genera ventas en el año 1 del \$26.38 aumentando progresivamente hasta el año cinco en donde por cada peso invertido a través de estos activos se generan ventas de \$31.65.

Razones de rentabilidad. La aplicación de este bloque da la idea de la efectividad de la administración para tener control sobre los costos y gastos y convertir las ventas en utilidades.

La rentabilidad se encuentra asociada con las ventas, los activos y el capital.

En términos generales la empresa maneja un excelente nivel de rentabilidad, al observar el margen neto de ganancias se concluye que por cada peso generado en ventas se obtiene una utilidad de \$2.45 para el año 1, de \$4.86 para el año 2, de \$5.77 para el año 3, de \$7.17 para el año 4 y de \$6.35 para el año 5.

Razones de endeudamiento. El nivel máximo de endeudamiento para una empresa es del 70% y de acuerdo a las proyecciones hechas a través de los cinco años la empresa no pasa del 19% es decir maneja un excelente nivel de endeudamiento, es más en caso de requerir capital adicional para nuevas inversiones que mejoren el funcionamiento del restaurante puede hacerlo ya que cuenta con el respaldo a través de sus activos para efectuarlo.

Indicadores de apalancamiento. La nueva empresa contaría con respaldo ante sus acreedores y entidades financieras a través del patrimonio para los cinco años. El crédito solo va hasta el año tres. “Restaurante Planeta Burger Ltda.” no ha adquirido deudas a largo plazo por lo tanto los conceptos de leverage total y leverage a corto plazo presentan los mismos valores.

CONCLUSIONES

Circunstancias como el cierre de las ventas ambulantes del sector de Cabecera de Llano motivaron la realización de la presente propuesta con el objeto de determinar si la implementación de un restaurante de comida rápida con espacio para la recreación infantil es una alternativa rentable de negocio que beneficia a todos los habitantes en las diferentes edades y profesiones que acuden a estos alrededores a realizar consumo de alimentos.

Analizada la demanda y la oferta se realizaron las respectivas proyecciones para los cinco años de vida útil del proyecto, el cual inicia con un cubrimiento del 7.5% de la demanda insatisfecha con aumento año a año del 1%, el cual corresponde al crecimiento poblacional de la ciudad de Bucaramanga, según censo realizado en el 2005 y publicado a la fecha.

La aplicación de la encuesta permitió confirmar que la microlocalización más adecuada para el nuevo negocio es el sector de Cabecera de Llano por ser centro de múltiples actividades comerciales para los habitantes de Bucaramanga y Área Metropolitana

La empresa inicia sus actividades con una carta de comidas rápidas que ofrecerá entre otras y de acuerdo a las preferencias de los encuestados: hamburguesa de carne, pizza (de pollo con champiñones, carnes y hawaiana), perro, choripapa, salchipapa, churrasco, colombinas de pollo, flautas, sandwich de pollo y mazorca desgranada, en cuanto a las bebidas se ofrecerán gaseosa, cerveza, limonada de panela, naranjada y agua en botella.

Como parte del recurso humano se contará para el área de cocina con un jefe de cocina y tres auxiliares de cocina para los dos primeros años, del año tres al cinco es necesaria la contratación de un auxiliar de cocina adicional.

Por tratarse de labores en horario nocturno, además del salario base con sus respectivos derechos de ley, se liquidarán los recargos nocturnos a que tienen derecho.

Como mano de obra indirecta se contará con: un cajero, un vigilante, dos meseros, y una persona para oficios varios.

En el área administrativa se contará con un gerente y con la prestación de los servicios de un contador y un revisor fiscal, de tal manera que el funcionamiento del restaurante cumpla con todos los requisitos de ley que se le exigen.

El estudio administrativo no presenta ningún tipo de obstáculo ya que tanto la constitución como el tipo de objeto social diseñado no presentan inconvenientes para su ejecución.

Realizado el estudio financiero se determinó que para su implementación y puesta en marcha se requiere una inversión de \$65'967.865 de los cuales \$45'967.865 corresponderán a aporte de los socios y los \$20'000.000 serán solicitados a través de crédito de libre inversión en una entidad financiera.

La evaluación financiera arrojó un VPN mayor a cero, exactamente de \$ 134'198.719 y una TIR del 24.03% superior a la tasa mínima aceptable de rendimiento que fue del 21.13%, esto demuestra que el proyecto es rentable por lo tanto se aconseja su implementación.

Es importante mantener una cultura adecuada de higiene y preservación de los alimentos para garantizar la calidad y salubridad de los mismos, igualmente se requiere un manejo apropiado de las basuras y desechos que se generan día a día en el área de cocina a fin de contribuir de manera efectiva con la preservación del medio ambiente y así evitar situaciones que propicien una mala imagen del restaurante.

El aporte que este estudio suministra brinda la posibilidad de una alternativa de negocio, rentable, necesaria y que beneficia a la población, no solo en el área gastronómica sino en la contratación de diez empleos directos y dos por prestación de servicios.

Desde todo punto de vista el Restaurante Planeta Burger Ltda. es una alternativa viable y que puede ser implementada en el inmediato futuro.

RECOMENDACIONES

- Realizar campaña publicitaria, para lograr el reconocimiento y posicionamiento de Planeta Burger Ltda.

- Mantener un equipo de trabajo altamente calificado que garantice la efectividad tanto en la elaboración de las diferentes órdenes de pedidos como en la atención amable y oportuna del cliente, proporcionando un ambiente agradable de trabajo tanto a los operarios como a quienes ingresen a realizar consumo.

- Ubicar dentro del restaurante un buzón de sugerencias de tal manera que sirva para fortalecer el vínculo entre el cliente y el restaurante, en donde se permitan hacer aportes contractivos tanto a la prestación del servicio como del menú que en él se ofrece.

- Tener en cuenta fechas especiales, para realizar promociones a fin de lograr posicionamiento y reconocimiento dentro de los restaurantes de comidas rápidas con espacio para la recreación infantil en la ciudad de Bucaramanga.

BIBLIOGRAFÍA

FERREIRO, Osvaldo. Profesor Escuela de Administración, Pontificia Universidad Católica de Chile. Metodologías para el Control y Mejoramiento de Procesos. 2002.

FLEITMAN, Jack. Negocios exitosos. Cómo empezar, administrar y operar eficientemente un negocio. McGraw-Hill. 2000.

JANY, José Nicolás. Investigación integral de mercados. Un enfoque para el siglo XXI. Mc-Graw Hill. Segunda edición. 2004.

MÉNDEZ A., Carlos E. Metodología. Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas. Editorial Mc. Graw Hill. Bogotá. 1995.

MIRANDA MIRANDA, Juan José. Gestión de Proyectos. Investigación-Formulación y Evaluación. Editorial Mc Graw Hill. Bogotá. 2002.

REINARES LARA, Pedro. CALVO FERNÁNDEZ, Sergio. Gestión de la Comunicación Comercial. Editorial Mc. Graw Hill. España. 1999.

ESQUEMA DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE BUCARAMANGA 2000-2009 Planeación Municipal.2004.

Electrificadora de Santander. Oficinas: Cra. 19 # 24-56. Bucaramanga. Febrero 3 de 2006.

Censo General 2005 - Resultados Área Metropolitana de Bucaramanga. Publicado Junio 13 de 2006 [on line] http://www.dane.gov.co/files/censo2005/resultados_regiones.pdf

Las historias paradigmáticas de los grandes maestros de empresa de hoy. El éxito de McDonald's [on line] <http://www.ganaropciones.com/raykroc.htm>

SALAS, Jaime. Los 100 años de historia del completo. [on line] <http://www.lacuarta.cl/diario/2003/08/03/03.08.4a.CRO.COMPLETO.html>

Historia de la hamburguesa [on line] <http://www.mucho gusto.net/especiales/Hamburguesas/>

Historia del sandwich [on line] <http://www.mucho gusto.net/especiales/Sandwich/>

La pizza. [on line] <http://es.wikipedia.org/wiki/Piz>

Los antepasados de la empanada. [on line] <http://elforastero.blogalia.com/historias/35928#comentarios>

El impacto de las cadenas multinacionales de comidas rápidas [on line] <http://www.inta.gov.ar/balcarce/info/documentos/econo/mercado/mateos.htm>

La comida rápida ligada a dieta sana prolifera en el sector. [on line] <http://www.infofranquicias.com/cd-1825/El-fast-food-se-lleva-%E2%80%98lig ht%E2%80 %99.aspx>

Anexo A. Población Bucaramanga



CENSO GENERAL 2005 - RESULTADOS ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA

Personas	1,012,331
Hogares	266,098
Unidades Económicas	52,192
Unidades Agropecuarias	10,214

¹. Ordenanza No. 20 de 1981; Bucaramanga; Floridablanca; Girón; Piedecuesta

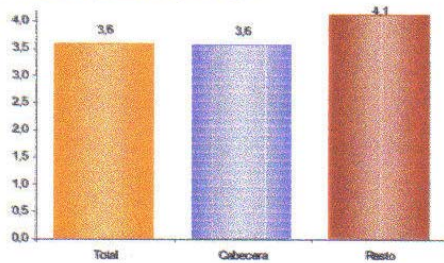
Anexo C. Información Censo General 2005



1 de 4

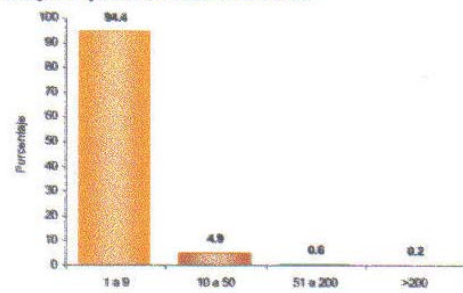
2. Módulo de Hogares

Número de personas por hogar



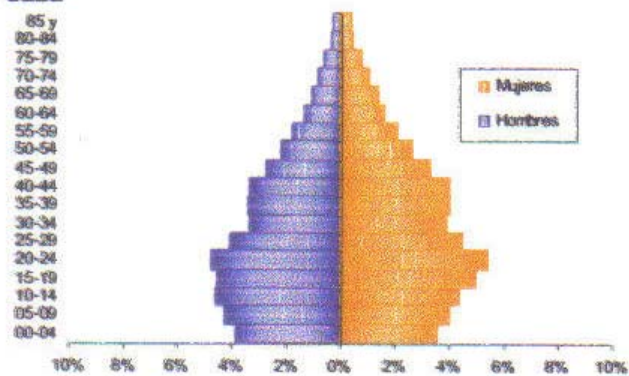
El número de personas por hogar en Bucaramanga es de 3.6.

Establecimientos según escala de personas ocupadas, el mes anterior al censo



El 94.4% de los establecimientos generaron en promedio entre 1 a 10 empleos el mes anterior al censo.

Estructura de la población por sexo y grupos de edad



Se evidencia:

- Efecto de migración por sexo y edad y sobre mortalidad masculina.

Anexo D. Formato encuesta

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL
BUCARAMANGA, 2006



NOMBRE: _____ TEL: _____ ESTRATO _____

OBJETIVO: El objetivo de la encuesta es determinar el consumo de las comidas rápidas en el sector de cabecera del llano para evaluar la viabilidad de crear un establecimiento de comida rápida con espacio para la recreación infantil en la ciudad de Bucaramanga.

1. Consume comida rápida?

a. Si _____ b. No. _____

2. De los siguientes platos de comida rápida, cuál prefiere?

a. ___Hamburguesa b. ___Perro c. ___Pizza d. ___Choripapa
e. ___Otros Cual _____

3. Que opciones le gustaría encontrar en un mismo establecimiento de comida rápida diferentes a las mencionadas anteriormente.

a. ___ Flautas y Colombinas de pollo c. ___ Colombinas de pollo y Churrasco
b. ___ Colombinas de pollo y pollo asado d. ___ Empanadas y Flautas
e. ___ Otros,Cuál _____

4. Con qué tipo de bebida acompaña la comida rápida?

a. ___ Gaseosas b. ___ Jugos Naturales c. ___Otros, Cuales _____

5. Con qué frecuencia consume comida rápida. (Veces a la Semana)

a. ___ 1- 2 Veces c. ___ 5 – 6 veces
b. ___ 3-4 Veces d. ___ Esporádicamente tiempo _____

6. Indique de mayor a menor, los días que con mayor frecuencia utiliza el servicio.

a. ___ Lunes b. ___Martes c. ___Miércoles d. ___Jueves e. ___Viernes f.
___Sábado g. ___ Domingo

7. En que horarios suele consumir comida rápida

a. ___ 5 – 7 p.m. b. ___7- 9 p.m. c. ___9 - 11 p.m. d. ___11p.m.–2 a.m.

8. Su consumo lo realiza normalmente en que tipo de establecimiento, porqué?

a. ___ Restaurante de comida rápida Cuál _____
b. ___ Venta ambulante Cuál _____
c. ___ Otro Cuál _____

9. Generalmente asiste a este lugar.

a. ___ Solo **Número de Personas**
b. ___ Grupo ___ 2 a 5 ___ 6 a 8 ___ Más de 8, Cuántos _____

- 10. Al momento de decidir el consumo de comida rápida, prefiere:**
 a. ___ Consumirlo en el mismo lugar
 b. ___ Llevarlo a otro sitio, si es así, que tipo de empaque prefiere.
 Hicopor _____ Plato retornable _____ Empaque de aluminio ___
 Otros, Cuales _____
- 11. En orden de importancia de 1 a 5 donde 1, es el mayor valor, clasifique las características que desea encontrar en un establecimiento de comida rápida.**
 a. ___ Comodidad b. ___ Calidad c. ___ Seguridad d. ___ Precio
 e. ___ Servicio f. Otro, Cuál _____
- 12. Cual es el factor que más influencia tiene en su decisión al momento de comprar.**
 a. ___ Higiene b. ___ Presentación c. ___ Calidad d. ___ Precio e. ___ variedad
 f. ___ Atención rápida g. ___ Otro, Cuál _____
- 13. Encuentra agradable un establecimiento con espacio para recreación infantil.**
 a. ___ Sí b. ___ No Porque _____
- 14. Como le gustaría conocer nuestros productos.**
 a. ___ Promoción b. ___ Degustación c. ___ Compra Directa d. ___ Catálogo
 e. ___ Publicidad en prensa f. ___ Otro, cuál _____
- 15. Cuánto destina de su presupuesto en el mes para este tipo de comidas**
 a. ___ De 1.000 a 5.000 b. ___ De 5.001 a 10.000 c. ___ De 10.001 a 20.000
 d. ___ De 20.001 a 30.000 e. ___ De 30.001 o más f. ___ Otro, cuál _____
- 16. En que sector de la ciudad prefiere hacer el consumo de comida rápida.**
 a. Real de Minas _____ c. Cañaveral _____ e. Sotomayor _____
 b. Floridablanca _____ d. Cabecera _____ f. Otros__ Cuales _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo E. Publicidad de lanzamiento y promoción



NT: 890.903.910-2

RCN Radio
Kr. 13A No. 37-32
Bogotá, D.C.
Colombia

PLAN DE MEDIOS PARA RESTAURANTE COMIDAS RAPIDAS

EMISORAS	PROGRAMA	# CUÑAS DIA	DESDE	HASTA	TOTAL CUÑAS	VALOR BRUTO	DTO	VALOR NETO	CADA UNA
La Mega St	Normal	5 L-S 10"	01/08/2006	30/08/2006	130	4.940.000	75%	1.235.000	9.500
La Mega St	Normal	5 L-S 10"	01/08/2006	30/08/2006	130	5.980.000	75%	1.495.000	11.500
La Mega St	Normal	5 L-S 20"	01/08/2006	30/08/2006	130	7.410.000	75%	1.852.500	14.250

NOTA. AL VALOR NETO QUE SE ELIJA SE LE DEBE APLICAR EL 16% DEL IVA.

EMISORAS	PROGRAMA	# CUÑAS DIA	DESDE	HASTA	TOTAL CUÑAS	VALOR BRUTO	DTO	VALOR NETO	CADA UNA
Rumba St	Normal	5 L-S 10"	01/08/2006	30/08/2006	130	4.420.000	75%	1.105.000	8.500
Rumba St	Normal	5 L-S 10"	01/08/2006	30/08/2006	130	5.330.000	75%	1.332.500	10.250
Rumba St	Normal	5 L-S 20"	01/08/2006	30/08/2006	130	6.630.000	75%	1.657.500	12.750

NOTA: FAVOR APLICAR 16% AL VALOR NETO QUE SE ELIJA.

EL COMERCIAL DE ESTA PAUTA SE PUEDE ELABORAR EN EL ESTUDIO DE GRABACION DE RCN Y NO TIENE COSTO ADICIONAL.

Coordinadora,
Rosalba Lara Hernández
ROSALBA LARA HERNÁNDEZ
Ejecutiva de Ventas
CELULAR 316 2373973

Tel: 314 7070
Fax: 288 6130
www.rcnradio.com



Bucaramanga, Junio 06 de 2006

Señorita:
JANETH GARCIA

COTIZACION

Es un gusto para nosotros el poder brindarles nuestros servicios; y hacemos llegar a ustedes cotización de la siguiente descripción:

1 PANAFLEX IMPRESO (Full Color) con lona LG
Tamaño: 3.00 Mts X 1.00 Mts.
Precio: \$900.000

1 PANAFLEX EN CINTAS LG (policromia)
Tamaño: 3.00 Mts X 1.00 Mts.
Precio: \$750.000

- * Estos precios incluyen instalación
- * Garantía 1 año
- * Forma de pago 50% al iniciar contrato y el 50% contra entrega.

Nit. 91.488.282-9

SALMON GONZÁLEZ
Gracias por utilizar nuestros servicios

Calle 56 N° 32-99 Tel. 6479777 CEL. 311-4972632



REF 8: PENDON FOTOGRAFICO
Tamaño: 80 x 120 cm. A todo color Impresión digital para exteriores en lona banner print, con perfiles en PVC.
Cantidad: 1
Inversión: \$ 80.000

OBSERVACIONES

Los anteriores valores más IVA
Forma de pago: 50% para iniciar y 50% a contra entrega.
Tiempo de entrega a convenir.
Validez de la oferta: 30 días calendario.

Dispuestos a atender cualquier inquietud y en espera de corresponder a sus requerimientos,

Atentamente,

Ing. HILLER E. MARTINEZ S.
Gerente



Bucaramanga, Junio 5 de 2006

Señorita
JANETH GARCÍA
Fax. 6847491
Bucaramanga

PROPUESTA No. H1649

Cordial saludo.

Atendiendo su solicitud, estamos presentando una propuesta relacionada con la producción gráfica de sus trabajos.

REF 1:	TARJETAS DE PRESENTACION
Tamaño:	9 x 5.5cm. en Propalcote 250 gr policromía por una cara y plastificadas
Cantidad:	1000
Inversión:	\$ 40.000
REF 2:	HOJAS CARTA – 2 tintas
Tamaño:	21.5 x 28 cm. en Bond 75 gr dos tintas por una cara
Cantidad:	500 1000
Inversión:	\$ 80.000 \$90.000
REF 3:	HOJAS CARTA – 3 tintas
Tamaño:	21.5 x 28 cm. en Bond 75 gr tres tintas por una cara
Cantidad:	500 1000
Inversión:	\$ 95.000 \$120.000
REF 4:	SOBRES LORD – 1 tinta
Tamaño:	12.5 x 17.5cm. en Bond 75 gr. A una tinta por una cara
Cantidad:	500 1000
Inversión:	\$ 70.000 \$90.000
REF 5:	SOBRES LORD – 1 tinta
Tamaño:	12.5 x 17.5cm. en Bond 75 gr. A una tinta por una cara
Cantidad:	500 1000
Inversión:	\$ 70.000 \$90.000
REF 6:	VOLANTES – 2 tintas
Tamaño:	12.5 x 23 cm. en Bond 75 gr. dos tintas por una cara
Cantidad:	1000 2000
Inversión:	\$ 60.000 \$80.000
REF 7:	VOLANTES – Policromía
Tamaño:	12.5 x 23 cm. en Bond 75 gr. A todo color
Cantidad:	1000 2000 3000
Inversión:	\$ 90.000 \$130.000 \$180.000

Cr. 24 No.31-65 · Fax (7) 6453476 · Tel: (7) 6458399 - 6453476 · Bucaramanga · Colombia

Anexo F. Equipos y Herramientas para área de cocina

ELECTROGANGAS
GAMAS LIMITADA
NIT. 804.014.505-5
CAL.45 No.17-71 TEL 6521 506-6429700
BUCARAMANGA

Bucaramanga, Julio 25 de 2006

Señora
JANETH GARCIA
Ciudad

Por medio de la presente estamos cotizando lo siguiente.

ARTICULO	VALOR UNITARIO
1 CONGELADOR ELECTROLUX H 300	\$1.200.000
1 TELEVISOR 21FA 39B LG	\$ 415.000
1 VENTILADOR SAMURAI 3 EN 1	\$ 94.000

FORMA DE PAGO CONTADO
VALIDEZ OFERTA 8 DIAS

Sin otro particular y con agrado de atenderles

Atentamente,
GAMAS LIMITADA


ALBA LOPEZ 505-5
ASESORA COMERCIAL



METALICAS COLOMBIA

Carrera 15 No. 45-33 - Tel. 6420495 - Telefax: 6707553
Bucaramanga

DIA	MES	AÑO	PEDIDO
26	07	06	COTIZACIÓN X

No 3073

Nombre del Comprador	JANETH GARCIA		C.C. ó NIT.
Dirección	6797235	6797235	BUCARAMANGA
Nombre del Representante			

CANT.	ARTÍCULO	VR. UNITARIO	VALOR TOTAL
1	ESTUFA INDUSTRIAL DE 2 PUESTOS.		382000
	FOBONES CON QUEMADOR SENCILLO		
	PLANCHA PARA SOBREPONER ADICIONAL		
	PINTURA ELECTROSTATICA		
	ALERO		
		TOTAL \$	

NO VÁLIDO COMO FACTURA - PAGO CONTRAENTREGA DE MERCANCÍA
EN CASO DE DESISTIR DE ESTE COMPROMISO, EL COMPRADOR PAGARÁ UN 10%
DEL VALOR TOTAL CORRESPONDIENTE A FLETES.

Firma Autorizada METALICAS COLOMBIA

Firma Autorizada COMPRADOR

METALICAS COLOMBIA
NATALIA LESN LÓPEZ
Firma Autorizada

C.C. No. _____ de _____

ALMACEN Y TALLER
LLAMA AZUL
 FABRICACION DE ESTUFAS INDUSTRIALES
 Avda. Quebrada Seca No. 15 - 40
 Tel. 6334082 - Telefax 6704333 - B/manga.



COTIZACION

DIA	MES	AÑO
08	06	06

SEÑOR: _____

CANT.	DESCRIPCION	Vr. UNIT.	Vr. TOTAL
1	Carro para cocidas 1240x145 AN 3 freidores 1 Baño Maria y Parrilla de 60x45		1500000
1	Horno para Pizza Doble		1050000
		TOTAL S	

ESTA COTIZACION NO ES VALIDA COMO FACTURA

CRISTALERIA EL SALVADOR

Calle 33 No. 15-53/65 Tels. 6420898 - 6424150 Bucaramanga

DIOME

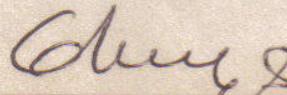
DIA	MES	AÑO
8	6	06.

COTIZACION **Nº 3796**

Señor: Janeth Garcia

Empresa: _____

Dirección: _____ Tel. _____

CANT.	DESCRIPCION	VR. UNIT.	VR. TOTAL
2	pinza Grande Inca	4400	8800
2	pinza Buffet	4100	8200
24	Bandeja extra peg.	3700	88.800
12	Bandeja persal.	700	8400.
1	Espatula asado Inca		8600
1	Espatula Caucho		3500
1	PortapiZZa Peg.		13500
1	Excharon Vanyplas.		3000
1	Cuchillo Serrapan.		4400.
1	Hacheta Power +8		9000
1	Cuchillo #8 profesional		20.000
1	Espatula power +4.		3500
10	Salsero Timsa gr.	1100	11000
1	Llavabra 10cl feruto.		1400000
1	Heradora ester.		145000
1	Olla universal. 13cl.		165000
5	plato mesa +4 sillabl.	127400	637000
FIRMA:		Sub-Total \$	
		I.V.A. \$	
		TOTAL \$	

Korus Impresora © 6428874 - 6334837

CRISTALERIA EL SALVADOR

Calle 33 No. 15-53/65 Tels. 6420898 - 6424150 Bucaramanga


FECHA	DIA	MES	AÑO
	26	07	006

COTIZACION Nº 1222

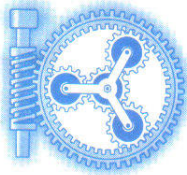
Señor: Janneth Garcia Burgos.

Empresa: _____

Dirección: _____ Tel. 679 7235

CANT.	DESCRIPCION	VR. UNIT.	VR. TOTAL
1	Servillatero pH		2.500.
1	cenicero p/dor		1.800.
1	colador Mediano Acero.		11.500.
1	colador l.ko Grande		1.500.
1	colador Np.		2.900.
1	cervecero.		2.700.
1	Tabla chaises		5.000.
1	Tanque 20lts Rim.		6.600.
1	Tanque 20lts Viny		16.000.
1	tbla cplts.		5.400.
4	sillas Viny promo	15.900	95.400.
1	MESA Rimox		16.000.
1	campuna HACEB.		128.000.
FIRMA:		Sub-Total \$	
		I.V.A. \$	
		TOTAL \$	

Korvus Impresores © 6425874 - 8334837



EQUINDUSTRIAL MJ.

FABRICACIÓN, MANTENIMIENTO Y VENTA DE MAQUINARIA PARA ALIMENTOS

EQUIPOS: Lácteos y frutas, Despulpadoras, Marmitas, Empacadoras de Líquidos, Pasteurizadores, Licuadoras Industriales etc. Equipos de Panadería, Salsamentaria, Famas, Molinos, Procesadores Papa, Carros de Comidas Rápidas, Hornos pizzeros, Hornos para pollos, Baños maría, Equipos broaster, Montaje de todo tipo de Plantas.

Carrera 19 No. 29 - 33 Telefax: 6425892 Móvil: 312 - 3002021 - 311- 4828360 - Bucaramanga - Col.

SEÑOR(ES): <i>Yanneth Garcia</i>	COTIZACIÓN Nº 0921
DIRECCIÓN: <i>6797235</i>	
TEL. <i>6797235</i>	FECHA DÍA MES AÑO <i>08 06 06</i>

CANT.	DESCRIPCION	VR. UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Maquina para broaster Capacidad 5 pollos. Semi automatica control digital		11.500.000
1	Broaster de Segunda.		9.000.000
1	Broaster automatico con sistemas digitales		13.500.000
1	canastilla.		20.000.
	Estos equipos poseen bomba y filtros de Aceite.		
1	Horno pizzeria doble.		600.000
1	Licuadora industrial en acero opaco. con Motor 1HP Siemens de 15 a 20 litros de capacidad		850.000.
	Garantia de 1 año		
SON:		TOTAL \$	

EQUINDUSTRIAL MJ: Garantiza sus productos apartir de la fecha de entrega, a satisfacción; Esta garantía ofrecida cubre cualquier posible defecto de fabricación. Técnicos especializados en fabricación, mantenimiento y diseño de maquinaria para la industria de alimentos, ensamble, montaje y comercialización de todo tipo de plantas. ISO 9001

RECIBÍ CONFORME	VENDEDOR: <i>Elba Lillo</i>
C.C.	

Anexo G. Muebles y Enseres Área administrativa y de servicios

FROM : COMPUMUEBLES BUCARAMANGA.

PHONE NO. : 6574956

Jul. 27 2006 05:47PM P1



Bucaramanga julio 27, 2006

COTIZACION

Señora
JANETH GARCIA BURGOS
Dir.: Cra 21A N° 202 - 16
Telef: 679 72 33
Bucaramanga

En atención a su solicitud tenemos el gusto de presentarle la siguiente cotización con las características y especificaciones técnicas de cada uno de nuestros productos:



802

BASE: Elaborada en nylon o polipropileno reforzado con fibra de vidrio, soportada en herraje metálico mismo y cinco rodachinas en nylon.
COLUMNA: Neumática graduable con sistema de gas, y amortiguación de impacto cubierto por protector plástico.
PLATO: Elaborado en lamina cold Rolled, Troquelado con refuerzo para graduación horizontal calibre 12.
TAPIZADO: Sobre basidores plásticos cubiertos con espuma de alta densidad, tapizada en paño reciclable con scotch-guard y agredida para la fijación de la tela, opcionalmente cuero/ni, cuero/ni,coberter plástico negro en el respaldo.
SOPORTE ESPALDAR: platina troquelada de 2 x 1/4 formada en plástico polietileno en forma de huele. Los ajustes de altura, inclinación de respaldo son individuales. Formando ángulos entre 90 y 125 grados.

CANT	REF	DESCRIPCION	VALOR U.	VALOR T.
1	M13K	Mesa Mesa Radial 150 X150 A 2L. X TC	\$ 565.000	\$ 565.000
1	V37	Basurera Metal Redonda	\$ 40.000	\$ 40.000
1	S02	Silla Sentra Operativa	\$ 180.000	\$ 180.000
2	S33	Silla Sentra Interlocutora	\$ 95.000	\$ 190.000
SUBTOTAL				\$ 975.000
MODULO VENTANILLA				
2	22090201	Division Ofiplus de 90 X 201	\$ 289.000	\$ 578.000
1	22090201	Division Ofiplus de 100 x 201	\$ 392.000	\$ 392.000
4,02	22H5100	Paral Redondo	\$ 30.000	\$ 120.600
1	T090060	Superficie recta de 100 x 60	\$ 114.000	\$ 114.000
1	V13	Gaveta utiles varios con chapa	\$ 50.000	\$ 50.000
2	P44	Ménsula Nylon	\$ 20.000	\$ 40.000
SUBTOTAL				\$ 1.294.600
FORMA DE PAGO: 50% ANTICIPO SALDO CONTRAENTREGA			SUBTOTAL	\$ 2.269.600
OBSERVACIONES:			DESC 15%	\$ 340.440
			SUBTOTAL	\$ 1.929.160
			IVA 16%	\$ 308.666
			TOTAL COT	\$ 2.237.826

TIEMPO DE ENTREGA: 15 Días Habiles a partir de la entrega del anticipo y la orden de compra firmada

VALIDEZ DE LA OFERTA: La presente cotización tiene validez de 30 días calendario

GARANTIA: 3 Años por defectos de fabricación a partir de la emisión de nuestra factura excluyendo el uso inadecuado del producto
CON LA APROBACION DE ESTA COTIZACION FAVOR ENVIAR ORDEN DE COMPRA Y PLANO FIRMADO.


LAURA MARCELA RINCON
Asesora de Diseño y Ventas

OFICINA ABIERTA
MUEBLES MODULARES
SILLAS ERGONÓMICAS
ARCHIVOS RODANTES
FABRICA: PBX: 4030303
BOGOTÁ, D.C. COLOMBIA
www.compumuebles.com.co
e-mail:ventas@compumuebles.com.co

FICHERS
METAL MUEBLES

Diseño, Calidad y Precio

- Salas en Colores
- Comedores
- Alcobas
- Camarotes
- Colchones
- Servicios

RODOLFO CEDIEL
 Línea Hospitalaria



39
 Años de Garantía

DISTRIBUIDOR MAYORISTA
 CRA. 19 No. 20-67 TELEFAX: 633 40 51 BUCARAMANGA - COL.

Bunko Gientaro 4 psts,
 Impreso en Colombia.
 V. U. \$ 47.000.-

RIMAX PLAST

MUCHO MAS QUE MESAS Y SILLAS

LUZ DARY BRIGLIA
 Administradora

LÍNEA
 BUY YOUR SEAT
 COLLECT

QUALITY MANAGEMENT SYSTEM CERTIFIED BY
 SYSTEMS CALIBAS CERTIFICATION

BVQ **PAR**

Calle 45 No. 15-28 - Teléfono: 6521572
 www.rimax.com.co - Bucaramanga

Silla Rimax Blanco \$ 22.000
 Mesa Rimax Blanco \$ 50.000

18 años de experiencia



acrilcolor
CALIDAD GARANTIZADA

- Juegos infantiles en madera inmunizada
- Escaños
- Tableros baloncesto
- Material didáctico
- Inflables y saltarines
- Piscina de Bolas
- Dotaciones áreas recreativas

E-mail: acrilcolorbucaramanga@yahoo.com
Carrera 27 No. 40-19 - Tel.: 6343922 - Telefax: 6340904 - Bucaramanga

COTIZACION

CANT.	DETALLE	VALOR	FECHA		
			DIA	MES	AÑO
	piscina	2'200.000			

La Plaza
EDIFICIO P.H.

LOCAL D-31
PISO 4.
DIA 8 MES 06 AÑO 06

SEÑOR(ES): Yaneth García
DIRECCION _____ TEL _____

CANT.	DETALLE	VR. UNIT.	VR. TOTAL
1	Comedor para bebe en marfil	25000	25000

Cotización

FIRMA: John Tala Hernandez
Este Factura de LETRA DE CAMBIO TOTAL \$ 25000

ELECTRODOMESTICOS



C-16



DIA	MES	AÑO
26	7	2006

CERTIFICADO DE PROPIEDAD Y GARANTIA

FACTURA DE VENTA
Nº 0227

C. CCIAL. SANANDRESITO CENTRO - 4o. PISO - LOCAL C-16 - TEL. 652 0919 - B/MANGA. - COL.

ELECTRODOMESTICOS EN GENERAL

SEÑOR(ES): cofización NIT. _____

DIRECCIÓN: _____ TEL. _____

CANT.	DESCRIPCION	Vr. UNIT.	Vr. TOTAL
1	ventilador de pared de 16 pulgadas giratorios		41.000
1	telefono FAX, Marca panasonic		300.000
1	televisor marca daewoo con soporte 20 pulgadas con iva incluido		400.000
SON: <i>[Signature]</i>			
Recibí: <i>[Signature]</i>			
C.C. / NIT. <i>CC5703024</i>			
			TOTAL ➔

ISABEL ROCIO RINCON BALLEEN - NIT. 63.347.704-6 - TEL. 670.5159

ESTA FACTURA DE VENTA SE ASIMILA EN TODOS SUS EFECTOS LEGALES A LA LETRA DE CAMBIO (ART. 774 DEL COD. DE C.C.I.O.)

Bucaramanga, 26 de julio de 2005

Señores

JANETH GARCIA

TEL: 6797235

Ciudad

Me permito darles a conocer cotización de nuestros productos:

TELEVISOR MARCA SAMSUNG 21M16

\$ 449.000.00

MINICOMPONENTE MARCA SONY 290

\$ 649.000.00

CAMAPANA EXTRACTORA HACEB ACERO INOXIDABLE

\$ 180.000.00

CONGELADOR INDUSTRIAL IC H 7

\$ 1.255.000.00

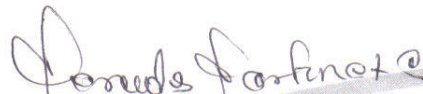
COMPUTADOR SUPERECONOMICO COMPUMAX

\$ 1.655.000.00

Cordial saludo,



HERNAN ROJAS SAAVEDRA
Gerente



MERCEDES MARTINEZ
Asesora Comercial
TEL: 3157934429 - 6540229

PARTES & SUMINISTROS



Venta de Registradoras, Puntos de Pago (Pos),
Balanzas Electrónicas, Suministros para
Computador y C. C. de TV.

Centro Comercial La Isla - Local 9-10
Piso 3 - Tel. 644 0101 - Bucaramanga - Col.



FECHA: JUNIO 01/2008

**SALIDA DE
ALMACEN**
PROXIMO ENVIO FACTURA

Nº 1053

SEÑOR(ES): JANETH GARCIA

NIT: _____

DIRECCION: _____

TEL: _____

CANT.	DESCRIPCION	Vr. UNIT.	Vr. TOTAL
1	REGISTRADORA CASIO DE 260		310000
	20 DEPARTAMENTOS 300 CODIGOS.		
	REGISTRADORA CASIO 265.		450000
	15 DEPARTAMENTOS 300 CODIGOS ALFANUMERICAS		
	REGISTRADORA CASIO + 465 9 DEPARTAMENTOS 2000 CODIGOS.		
	SHARP 202 96 DEPARTAMENTOS 3200 CODIGOS.		700000.

Cliente:	Vendedor:	SUB-TOTAL \$
		I.V.A. % \$
C.C. O NIT.		TOTAL \$



Anexo H. Proveedores



DE : TODO ASEO LTDA

NO. DE FAX : 6320626

19 JUL 2006 05:02PM

todo
aseo Ltda.
ALIMENTOS Y SERVICIOS
Nit. 800.012.833 - 2



CODIGO 2653-1
COTIZACION No. C-2-397

19/07/2006
Nombre ..
Direccion ..
Telefono ..
Ciudad BUCARAMANGA

Código Cliente: 1732
Código Vendedor: 90
Nit Cliente: 1732
BODEGA BODEGA PRINCIPAL

Cod	Descripcion Producto	Iva	Cant.	Vr. Unit.	Dto	Vlr. Gravado	Vlr. Excenta	Vlr. Total
01526	JABON POLVO AS LIMON X 5000 GRS	16	1	12,011.00	0	12,011.00		13,912.20
00371	JABON POLVO AS AGRANEL X 20 KILOS	16	1	42,761.00	0	42,761.00		49,471.60
00037	DISPENSADOR JABON SPRAY FAMILIA GRD.	16	1	30,199.00	10	27,179.00		30,199.00
00036	JABON LIQ. SPRAY FAMILIA X 800	16	1	18,669.00	0	18,669.00		21,582.60
00108	LIMPIDO DECLOR X 5 GLS	16	1	17,045.00	0	17,045.00		19,854.00
00792	GUANTE DURALON ETERNA C. 25 T 8	16	1	3,135.00	0	3,135.00		3,642.00
05349	GUANTE DURALON ETERNA T. 8 1/2 ECO	16	1	1,484.00	0	1,484.00		1,740.80
00838	TRAPERO ALGODON RF 500 PALO 150	16	1	3,820.00	0	3,820.00		4,484.00
01846	ESCOBA AGUA MARINA GRANDE	16	1	3,019.00	0	3,019.00		3,542.80
01830	BALDE 12 LTS PALMA REAL	16	1	4,553.00	0	4,553.00		5,281.60
00437	SABRA CORRIENTE VERDE	16	1	80.00	0	80.00		96.00
00525	PAÑO ABSORVENTE MELVI O ETERNA	16	1	1,483.00	0	1,483.00		1,739.60
00440	SABRA SCOTT BRITE PARRILLA 3M	16	1	1,650.00	0	1,650.00		1,944.00
00026	TOALLA FAMILIA 7326 Z ECOLOGI. X 150	16	1	4,203.00	10	3,783.00		4,293.00
00007	PAPEL FAMILIA J HD BLANCO 7105 X 125 MTS	16	1	3,738.00	10	3,364.00		3,902.00
00008	PAPEL FAMILIA J HD BEIGE 7140 X 125 MTS	16	1	3,214.00	10	2,893.00		3,353.00
05756	FABULOSO BEBE X 2000 ML	16	1	5,498.00	0	5,498.00		6,378.00
04169	LIMPIADOR FULL FRESH BRISAS X 2000	16	1	3,445.00	0	3,445.00		3,974.00
00469	CERA MANSION BLANCA 2010 ML	16	1	12,814.00	0	12,814.00		14,844.00
02096	CERA EFRO AUTOBRILLO BLANCA 2000ML	16	1	11,030.00	0	11,030.00		12,734.00
00017	SERVILLETA FAMILIA 7205 CAFET. X 100	16	1	919.00	10	827.00		948.00
04971	SERVILLETA FAMILIA 72591 PARTIDA X 600 UN	16	1	2,757.00	10	2,481.00		2,881.00
02317	PALILLO MADERA HAMBURGUESA	16	1	392.00	0	392.00		465.60
00614	EASSY OFF HORNOS X 230	16	1	3,308.00	0	3,308.00		3,849.60
00498	JABON BARRA DERSA AZUL X 350	16	1	950.00	0	950.00		1,100.00
01422	JABON BARRA SUPREMO X 250 GMS	16	1	680.00	0	680.00		784.00
05298	LIMPION DE TELA DECORADO 56 X 38	16	1	1,089.00	0	1,089.00		1,265.00
00519	RECOGEDOR PLASTICO CORRIENTE	16	1	1,132.00	0	1,132.00		1,317.00

Observaciones:

Subtotal 198,939.00

Base Gravable

0

IVA 10%

Vendedor: DORA ELPIDIA PRADA

190,575

IVA 16%

TOTAL

3,491

230,710

Avda. Quebradaseca No. 21-41/53 - PBX: 6321717 - Fax. 6320626 - Bucaramanga - Colombia
www.todoaseo.com - E-mail: todoaseo@intercable.net.co

HORA DE RECEPCIÓN JUL. 19. 5:04PM

DE : TODO ASEO LTDA

NO. DE FAX : 6320626

19 JUL. 2006 05:03PM PC

COTIZACION No. CZ-3977

19/07/2006
Nombre
Direccion
Telefono
Ciudad
BUCARAMANGA

Código Cliente: 1732
Código Vendedor: 90
Nit Cliente: 1732
BODEGA BODEGA PRINCIPAL

Cod	Descripcion Producto	Iva	Cant.	Vr. Unit.	Dto	Vlr. Gravado	Vlr. Excenta	Vlr. Total
00452	AXION X 1000 GRMS	16	1	5,157.00	0	5,157.00		5,982.00
02070	LAVAPLATOS FULL FRESH LIMON X 1000	16	1	3,207.00	0	3,207.00		3,720.00

Observaciones:

Vendedor: DORA ELPIDIA PRADA .

Subtotal	198,939.00	
Base Gravable		
0	IVA 10%	0
198,939	IVA 16%	31,829
TOTAL	230,768	

HORA DE RECEPCION JUL. 19. 5:04PM



distraves S.A.

Bucaramanga, 10 de Junio de 2006

SEÑORA JANETH GARCÍA B.
Ciudad

Cordial Saludo:

Para nuestra compañía es muy grato contar con ustedes mediante el consumo de nuestros productos: DELICHICKS, Carnes frías de puro pollo, productos que están garantizados desde su producción hasta su comercialización y cuenta con las especificaciones precisas para obtener excelentes resultados alimenticios y nutricionales.

A continuación presentamos los siguientes precios:

REF	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	PRECIO	IVA	PRECIO FINAL
58	HAMBURGUESA DE POLLO (8UNDS) 520 G	CAJA	\$ 5,449	10.00%	\$ 5,993
2050	COLOMBINAS DE POLLO APANADAS X 50 UNIDADES	KILO	\$ 20,645	10.00%	\$ 22,709
2089	CROQUETAS POR 50 UNIDADES	KILO	\$ 14,251	10.00%	\$ 15,676
2100	MUSLOS DORADOS X 50 UNIDADES	KILO	\$ 33,206	10.00%	\$ 36,526

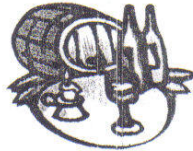
Cordialmente:

Yovana Morales A.
Yovana Morales A.

Atención Puntos de Venta

Oficina: Carrera 24 No. 51 - 32 - Teléfono: PBX: 6436980 - Pedidos: 6476130 - A.A. 442 - Telefax: 6434523 - Bucaramanga - Colombia
Carrera 68A No. 21 - 15 - Teléfono: 4145736 / 39 - Fax: 4176760 - Santafé de Bogotá
Carrera 46 No. 72 - 150 Avenida Olaya Herrera - Teléfonos: 3686869 - 3489186 - Barranquilla
distrave@b-manga.multi.net.co

COMESTIBLES "MICAAM"



Teléfono 6 30 24 53 Contestador
 Directo 642 13 41
 Fábrica: Carrera 16 No. 41-34 Centro
 Bucaramanga - Colombia

Tradicionalmente productores de empanadas de trigo, o yuca, arepitas de queso, huevo, buñuelo, papas rellenas y muchos otros.

Calidad, calidad nuestro lema.....

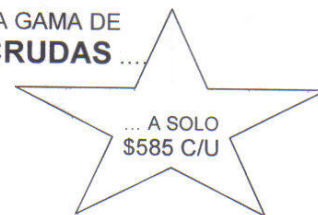
TRIGO		YUCA	
Pollo Queso Especial	\$700	Mixtas	\$500
Pollo Especial	\$700	Solo Carne	\$500
Platillos	\$530	Solo Pollo	\$500
Pollo	\$500	Arepa Pollo	\$500
Mixta	\$500	Arepa Huevo	\$500
Mixta Colegial	\$330		
Hawaiana	\$500		
Carne	\$500		
Jamón Queso	\$500		
Solo Carne	\$500		
Arroz Pollo	\$500		
Rancheras	\$500		
Champiñón	\$500		
Pollo y Queso	\$500		
Flautas de Pollo	\$700		
Flautas de Pollo y Queso	\$700		
Flautas de Pollo, Queso y Champiñón	\$700		
Flautas Rancheras	\$700		
Flautas de Bocadillo y Queso	\$700		
Flautas Hawaiana	\$700		
		ESPECIAL	
		Papas Rellenas	\$500
		Papas con Huevo	\$500
		Buñuelos	\$500
		Churros	\$460
		Pasabocas variados Empanada	\$300
		Pasabocas variados flauta	\$330
		Pasta para empanada (Docena)	\$1.000
		Pasta para empanada grande (Docena)	\$1.300
		Pasta para flauta (Docena)	\$1.200

COMESTIBLES Micaam

- Empanada mixta
- Empanada de pollo
- Empanada de carnes....
- Ventas por mayor y detal

La Casa de la Empanada Carrera 16 No. 41-34
 Tels.: 6302453 - 6421341 - Bucaramanga

TODA LA GAMA DE
 FLAUTAS CRUDAS ...





Cotización

CALLE 48 No. 17 - 17
CONMUTADOR: 6301616
Ventas: 6426551 Bucaramanga Col.
NIT. 890.200.752-8

La tranquilidad de alimentarse bien.

CIUDAD: FECHA: Junio 25
CLIENTE: Janeth Garcia
DIRECCION: TEL: 6386893

COD.	DETALLE	Vr. UNIT	Lbs.	VALOR
	Salami barra kilo			5.100
	Jamon Sandwich			6.500
(Bot)	Jamonillo libra			5.125
	Cabanos			8.375
	Prochinos			8.750
	Hot dog x 500 unid.			4.800
	Hoti 20 cte x 5 unid.			3.900
	Hami Surquima x 7 unid.			4.400
	Preocidos			
	Dalechita Montañeta			5.300
	Humada 10 u. x pte x 100			

Diker Hernandez REMISION N° 6454

SUBTI RAPIDAS
PRODUCTOS PARA COMIDAS RAPIDAS
SALAS, QUESOS, CARNES FRIAS
PAN, DULCES, HUEVOS, DESHIGADOS, ETC
PRODUCTOS DE REPOSTERIA
CRA. 8 No. 8-85 TEL. 6486018

CLIENTE: MARIA
DIRECCION: TEL:

CANT.	DESCRIPCION	Vr. UNIT	Vr. TOTAL
11	#10		1.550
#2	#20		1.200
L2	x20		1.900
#1	x30		1.150
	Petillo hambu.		700
	Bolsa Aluminio 8x14.		3.350
	Bolsa 2K1		1.100
	Servilleta Scott		1.000

FIRMA: TOTAL \$

COTIZACION REMISION
 CUENTA DE COBRO PEDIDO

DIA	MES	AÑO

CLIENTE **BARCWO** TEL. _____
 DIRECCION **CM 8 # 7-70 6825320**

CANT.	DESCRIPCION	VR. UNIT.	VR. TOTAL
	PAPAS 1/2 LIB		1100
1	QUESO TAJA	16700	3200
	BLOQ QUESO		14000
	MAYONES KARY		19500
1	SALSA KARY		4500
Kilo	MOSTAZA		3000
	TORTA X5		700
	POCLO X10		1200
	TAJADO PAV		1300
	LONG ZEUU #11		4900
X12	CHARRISMA SUCRADA		3600
	QUESO SAUDO		3000
	PALILLO		850
RECIBI	TOTAL \$		

DIA MES AÑO
24 06 06

CLIENTE: _____ TEL.: _____
 DIRECCION: _____

CANT.	DESCRIPCION	VR. UNIT.	VR. TOTAL
1	BT # 2 #500 und.		25750
1	BT JI y JZ #200 und.		25100
1	CJ SCOTT. 730 pgt		29700
1	PAT 8X12 Meta.		2800
1	" 2KL		1100
1	" 20KL		4950
3	C) PALILLO PAT X		1000
1	PAT HZA		650
1	GL MAY ACOMER		11700
1	GL ROJA ACOMER		8300
1	GL ROSADA.		11950
RECIBI	TOTAL \$		

DIA MES AÑO
24 06 06

CLIENTE: _____ TEL.: _____
 DIRECCION: _____

CANT.	DESCRIPCION	VR. UNIT.	VR. TOTAL
1	BTO #1		18350
1	BTO L1		32200
4	PITILLOS		1000
1	BTO #1		15200
	CAJA 36x3		448
1	PAT 17x50 und.		1200
RECIBI	TOTAL \$		

LETICIA ARDILA ARDILA
NIT. 27.987.382-2
REGIMEN SIMPLIFICADO
Cra.33 No. 51 - 119 Local 101 - Teléfono: 6470550

P.A.P.E.L.E.R.I.A
OFFIarte

DIA	MES	AÑO	FACTURA	DE VENTA
21	9	2008	Nº	97496

Señor: Jansen GARCÉS c.c. ó NIT. _____
Dirección: _____ Tel: 6297235

CANT.	DESCRIPCIÓN	VR.UNIT.	VR.TOTAL
1	Botón 1014 Grande	\$ 2750	
1	Caja Ganchos Clip	\$ 350	
1	Corredor	\$ 4650	
1	Paperstone Sobredito Mark 600	\$ 15.000	
1	Roller Fax Norma	\$ 4200	
1	Disquete de Disquete Fajadores	\$ 8.000	
Vendedor: _____		TOTAL	

CARY IMPRESORES - CESAR ALDUISTO REY VEGA NIT. 91.256.895-6 - TEL. 6294886

LETICIA ARDILA ARDILA
NIT. 27.987.382-2
REGIMEN SIMPLIFICADO
Cra.33 No. 51 - 119 Local 101 - Teléfono: 6470550

P.A.P.E.L.E.R.I.A
OFFIarte

DIA	MES	AÑO	FACTURA	DE VENTA
21	9	2008	Nº	97495

Señor: Jansen GARCÉS c.c. ó NIT. _____
Dirección: _____ Tel: 6299235

CANT.	DESCRIPCIÓN	VR.UNIT.	VR.TOTAL
1	Caja Disket	\$ 6000	
1	Resma Cartón	\$ 8500	
1	Caja Kibnetto Patroclit	\$ 10.800	
1	Caja de Grafas	\$ 3.250	
1	Calculadora Casio 12k	\$ 7.350	
1	Az Costa	\$ 4800	
Vendedor: _____		TOTAL	

CARY IMPRESORES - CESAR ALDUISTO REY VEGA NIT. 91.256.895-6 - TEL. 6294886

Anexo I. Dotación

DE :

NO. DE FAX : 097 6360040

26 JUL. 2006 12:38PM P1

GP
COMERCIALIZADORA
GARCIA PICON LTDA.

*Maly
Fashion*

Confecciones, Dotaciones, Accesorios de Seguridad, Zapatos y Mas.

Señores:
YANETH GARCIA BURGOS
DPIC DE COMPRAS
Ciudad

BBVA EN DRIL NORMAL MANGA CORTA	\$S14.500	BORDADA ADELANTE
BATA EN DACRON BLANCO MANGA CORTA	\$ 9.500	BORDADA ADELANTE
PANTALON EN JEANS 14ONZAS	\$16.000	PRELAVADO
CAMISETA EN LACOSTE 220gr	\$14.000	BORDADASADELANTE
GORRAS EN CABELLO MILICANO BORDADAS	\$ 7.000	
PAR DE ZAPATOS HOMBRE CUERO	\$30.000	
PAR DE ZAPATOS DAMA CUERO	\$38.500	

ESTOS PRECIOS MAS IVA

~~Cordia~~ S.A.

~~CONSUELO PICON QUINCHILELA~~

Calle 45 No. 17 - 74 - Of. 201 - Tel.: 6704425 - Telefax: 6423357 - Cel.: 315 7660902
310 6075720 / 315 3851906 - BUCARAMANGA - COLOMBIA

Anexo J. Macrolocalización



Anexo K. Microlocalización



**F
A
C
H
A
D
A**



**B
A
Ñ
O
S**



**S
A
L
O
N**



**C
O
C
C
I
N
A**

Anexo L. Liquidación crédito

Monto	20.000.000				
Plazo	36				
Tasa	1,76%				
Seguro	0,0182%				
Cuota Nro	Capital	Intereses	Seguro	Saldo	Vlr Cuota
1,00	555.555,56	352.000,00	3.640,00	20.000.000,00	911.195,56
2,00	555.555,56	342.222,22	3.538,89	19.444.444,44	901.316,67
3,00	555.555,56	332.444,44	3.437,78	18.888.888,89	891.437,78
4,00	555.555,56	322.666,67	3.336,67	18.333.333,33	881.558,89
5,00	555.555,56	312.888,89	3.235,56	17.777.777,78	871.680,00
6,00	555.555,56	303.111,11	3.134,44	17.222.222,22	861.801,11
7,00	555.555,56	293.333,33	3.033,33	16.666.666,67	851.922,22
8,00	555.555,56	283.555,56	2.932,22	16.111.111,11	842.043,33
9,00	555.555,56	273.777,78	2.831,11	15.555.555,56	832.164,44
10,00	555.555,56	264.000,00	2.730,00	15.000.000,00	822.285,56
11,00	555.555,56	254.222,22	2.628,89	14.444.444,44	812.406,67
12,00	555.555,56	244.444,44	2.527,78	13.888.888,89	802.527,78
13,00	555.555,56	234.666,67	2.426,67	13.333.333,33	792.648,89
14,00	555.555,56	224.888,89	2.325,56	12.777.777,78	782.770,00
15,00	555.555,56	215.111,11	2.224,44	12.222.222,22	772.891,11
16,00	555.555,56	205.333,33	2.123,33	11.666.666,67	763.012,22
17,00	555.555,56	195.555,56	2.022,22	11.111.111,11	753.133,33
18,00	555.555,56	185.777,78	1.921,11	10.555.555,56	743.254,44
19,00	555.555,56	176.000,00	1.820,00	10.000.000,00	733.375,56
20,00	555.555,56	166.222,22	1.718,89	9.444.444,44	723.496,67
21,00	555.555,56	156.444,44	1.617,78	8.888.888,89	713.617,78
22,00	555.555,56	146.666,67	1.516,67	8.333.333,33	703.738,89
23,00	555.555,56	136.888,89	1.415,56	7.777.777,78	693.860,00
24,00	555.555,56	127.111,11	1.314,44	7.222.222,22	683.981,11
25,00	555.555,56	117.333,33	1.213,33	6.666.666,67	674.102,22
26,00	555.555,56	107.555,56	1.112,22	6.111.111,11	664.223,33
27,00	555.555,56	97.777,78	1.011,11	5.555.555,56	654.344,44
28,00	555.555,56	88.000,00	910,00	5.000.000,00	644.465,56
29,00	555.555,56	78.222,22	808,89	4.444.444,44	634.586,67
30,00	555.555,56	68.444,44	707,78	3.888.888,89	624.707,78
31,00	555.555,56	58.666,67	606,67	3.333.333,33	614.828,89
32,00	555.555,56	48.888,89	505,56	2.777.777,78	604.950,00
33,00	555.555,56	39.111,11	404,44	2.222.222,22	595.071,11
34,00	555.555,56	29.333,33	303,33	1.666.666,67	585.192,22
35,00	555.555,56	19.555,56	202,22	1.111.111,11	575.313,33
36,00	555.555,56	9.777,78	101,11	555.555,56	565.434,44
	20.000.000,00	6.512.000,00	67.340,00		26.579.340,00