

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA
CORRIENTE, CON SALA DE DESCANSO EN CABECERA DEL LLANO DEL
MUNICIPIO DE BUCARAMANGA**

**JULIANA REYES GONZÁLEZ
EDDY CRISTINA SUÁREZ MATTA**

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

2009

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA
CORRIENTE, CON SALA DE DESCANSO EN CABECERA DEL LLANO DEL
MUNICIPIO DE BUCARAMANGA**

**JULIANA REYES GONZÁLEZ
EDDY CRISTINA SUÁREZ MATTA**

**Proyecto de grado presentado como requisito para optar al título de
PROFESIONAL EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**Director
NELSON ENRIQUE MORENO GÓMEZ
Ing. Industrial**

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

2009

AGRADECIMIENTOS

Las autoras expresan sus agradecimientos a:

Nelson Enrique Moreno Gómez, Ingeniero Industrial y director del proyecto de grado, por los valiosos aportes y orientaciones, sin ellos no se hubiesen alcanzado los logros obtenidos en el desarrollo del proyecto.

A nuestras familias, por su comprensión y apoyo incondicional, importante para que pudiéramos alcanzar nuestros objetivos de crecimiento personal y profesional.

A la Universidad Industrial de Santander, que por medio del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia nos brindó la valiosa oportunidad de formarnos como profesionales.

A todas las personas y empresas que de una otra forma nos apoyaron y colaboraron para hacer posible la realización de este trabajo.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION .	18
1. GENERALIDADES	20
1.1. PANORAMA GENERAL DEL SECTOR.	20
1.2. CONTEXTO GEOGRÁFICO.	37
1.3. MARCO DE REFERENCIA LEGAL	38
2. ESTUDIO DE MERCADOS	41
2.1. OBJETIVOS	41
2.1.1. General.	41
2.1.2. Específicos	41
2.2. DESCRIPCION DEL PRODUCTO/SERVICIO	42
2.2.1. Definición.	42
2.2.2. Productos sustitutos.	43
2.2.3. Productos complementarios.	43
2.2.4. Atributos diferenciadores.	43
2.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	44
2.3.1. Mercado potencial.	44
2.3.2. Mercado objetivo.	45
2.4. LA DEMANDA	46
2.4.1. Investigación de mercados	46
2.4.2. Estimación de la demanda.	70
2.4.3. Evolución histórica de la demanda.	73
2.4.4. Proyección de la demanda.	74
2.5. LA OFERTA	76
2.5.1. Situación actual de la competencia.	76
2.5.2. Evolución histórica de la oferta.	85

2.6. RELACIÓN DEMANDA Y OFERTA.	87
2.7. CANALES DE COMERCIALIZACION	88
2.7.1. Estructura de los canales Actuales.	88
2.7.2. Ventajas y desventajas de los canales actuales.	89
2.7.3. Selección de los canales.	90
2.8. PRECIOS	90
2.8.1. Análisis de precios.	90
2.8.2. Estrategias de fijación de precios.	92
2.9. PUBLICIDAD Y PROMOCION	93
2.9.1 Objetivos.	93
2.9.2. Logotipo	94
2.9.3. Lema	95
2.9.4. Análisis de medios	95
2.9.5. Selección de medios.	97
2.9.6. Estrategias de publicidad y promoción.	97
2.10. CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	99
3. ESTUDIO TECNICO	100
3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO	100
3.1.1. Descripción del Tamaño del Proyecto.	100
3.1.2. Factores que determinan el tamaño del proyecto.	100
3.1.3. Capacidad del proyecto.	102
3.2. LOCALIZACION	103
3.2.1 Macro localización.	103
3.2.2. Micro localización.	103
3.3. INGENIERIA DEL PROYECTO	108
3.3.1. Ficha técnica del producto	108
3.3.2. Descripción técnica del proceso.	108
3.3.3. Diagrama de operación, proceso y procedimiento.	110
3.3.4. Control de calidad	112
3.3.5. Recursos	122

3.3.6. ESTUDIO DE PROVEEDORES	126
3.3.7. Distribución de planta.	127
3.3.8. Logística de Distribución.	128
3.4. CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO.	128
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	130
4.1. FORMA DE CONSTITUCIÓN	130
4.2. CONSTITUCION DE LA EMPRESA	130
4.2.1. Visión	132
4.2.2. Misión	132
4.2.3. Objetivos	132
4.2.4. Políticas	133
4.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	134
4.3.1. Organigrama.	134
4.3.2. Descripción y perfil de cargos	135
4.3.3. Asignación salarial	140
5. ESTUDIO FINANCIERO	144
5.1 INVERSIONES	145
5.1.1 Inversion fija	145
5.1.2. Inversión diferida.	148
5.1.3 Inversión en capital de trabajo.	149
5.1.4 Inversión total.	157
5.1.5 Fuentes de financiación.	158
5.2 COSTOS.	161
5.2.1. Costos fijos.	161
5.2.2. Costos variables.	162
5.2.3. Costos totales.	162
5.2.4. Precio de venta.	163
5.3. PRESUPUESTO DE EGRESOS E INGRESOS.	163
5.3.1. Egresos.	164
5.3.2. Ingresos.	165

5.4. PUNTO DE EQUILIBRIO.	165
5.5. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.	167
5.5.1. Estado de ganancias y pérdidas.	167
5.5.2. Balance general.	169
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	171
6.1. IMPACTO SOCIAL	171
6.2. IMPACTO AMBIENTAL	172
6.2.1 Análisis de riesgos.	173
6.3. EVALUACIÓN FINANCIERA	174
6.3.1 Valor Presente Neto.	174
6.3.2 Tasa Interna de Retorno (TIR.).	176
6.3.3 Periodo de recuperación.	176
6.3.4 Análisis de las razones financiera.	177
CONCLUSIONES	181
RECOMENDACIONES	183
BIBLIOGRAFIA	184
WEBGRAFIA	185

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Empresas sector cabecera	45
Cuadro 2. Ficha técnica	48
Cuadro 3. Sitio donde acostumbran almorzar	51
Cuadro 4. Razones por las cuales almuerza fuera de casa	53
Cuadro 5. Tipo de almuerzo que acostumbra a consumir	54
Cuadro 6. Precio promedio por almuerzo corriente	56
Cuadro 7. Precio promedio por almuerzo ejecutivo	56
Cuadro 8. Precio promedio por comida rápida.	57
Cuadro 9. Precio promedio por tipo de comida	57
Cuadro 10. Días a la semana que acostumbra almorzar por fuera.	59
Cuadro 11. Concepto sobre si existe un sitio destinado para el descanso.	60
Cuadro 12. Actividades que desarrolla después del almuerzo.	62
Cuadro 13. Concepto sobre la creación de un restaurante con sala de descanso	63
Cuadro 14. Concepto sobre si estaría dispuesto ir a un restaurante de comida corriente con sala de descanso.	65
Cuadro 15. Condiciones para ir a un restaurante de comida corriente con sala de descanso.	65
Cuadro 16. Servicios adicionales que le gustaría que tuviera el nuevo restaurante.	67
Cuadro 17. Cuanto estaría dispuesto a pagar por el almuerzo y el servicio adicional.	69
Cuadro 18. Demanda de almuerzos corrientes.	71
Cuadro 19. Demanda de almuerzos ejecutivos	71
Cuadro 20. Comida rápida	72
Cuadro 21. Demanda total	72

Cuadro 22. Demanda efectiva	73
Cuadro 23. Número de trabajadores en la Zona de Cabecera del Llano del municipio de Bucaramanga durante los años 2003 al 2008.	73
Cuadro 24. Demanda proyectada a cinco años.	74
Cuadro 25. Comportamiento de la demanda.	75
Cuadro 26. Comportamiento de la demanda total proyectada.	75
Cuadro 27. Demanda efectiva proyectada	76
Cuadro 28. Número de oferentes en la Zona de Cabecera del Llano del municipio de Bucaramanga durante los años 2003 al 2008	85
Cuadro 29. Comportamiento de la oferta para los próximos 5 años.	86
Cuadro 30. Proyección de restaurantes que vende almuerzos corrientes	87
Cuadro 31. Oferta proyectada de almuerzos corrientes	87
Cuadro 32. Relación Demanda Oferta.	88
Cuadro 33. Análisis de precios.	91
Cuadro 34. Análisis de medios publicitarios	95
Cuadro 35. Presupuesto de lanzamiento Clientes	98
Cuadro 36. Presupuesto de publicidad y promoción de operación	98
Cuadro 37. Capacidad utilizada y proyectada	103
Cuadro 38. Descripción de predios para el estudio de micro localización	104
Cuadro 39. Puntualización de los factores de micro localización	107
Cuadro 40. Análisis de los factores y puntuación	107
Cuadro 41. Ficha técnica del servicio	108
Cuadro 42. Proceso de solicitud del servicio	110
Cuadro 43. Proceso de elaboración del almuerzo.	111
Cuadro 44. Requisitos de control manipulador de alimentos.	116
Cuadro 45. Requisitos de control equipos de operación.	119
Cuadro 46. Requisitos de control asociados al proceso productivo.	120
Cuadro 47. Requisitos de control equipos de limpieza y desinfección.	122
Cuadro 48. Requerimiento maquinaria y equipos para el área de producción.	123
Cuadro 49. Requerimiento de muebles y enseres área administrativa	125

Cuadro 50. Requerimientos de equipos de oficina	125
Cuadro 51. Requerimientos de insumos para la elaboración de menús.	126
Cuadro 52. Posibles proveedores.	126
Cuadro 53. Descripción y perfil del Administrador	135
Cuadro 54. Descripción y perfil asesor contable.	137
Cuadro 55 Descripción y perfil del Jefe de cocina.	138
Cuadro 56 Descripción y perfil del Mesero	139
Cuadro 57. Asignación salarial mensual para cargo.	140
Cuadro 58. Porcentaje para el cálculo de Prestaciones Sociales.	141
Cuadro 59. Porcentaje para el cálculo de Seguridad Social.	141
Cuadro 60. Porcentaje de cotización según “Factor riesgo”	142
Cuadro 61. Aportes Parafiscales	143
Cuadro 62. Detalle de inversión maquinaria y equipo.	146
Cuadro 63. Detalle de inversión muebles y enseres.	147
Cuadro 64. Detalle de inversión equipos de oficina.	148
Cuadro 65. Total de la Inversión Fija	148
Cuadro 66. Total de la Inversión Diferida	149
Cuadro 67. Valor de la materia prima para un menú diario.	150
Cuadro 68. Mano de obra directa.	150
Cuadro 69. Valor insumos.	151
Cuadro 70. Valor de la depreciación.	151
Cuadro 71. Mantenimiento de maquinaria y equipo	152
Cuadro 72. Otros CIF. Seguro de maquinaria y equipo, del restaurante Gonsuat.	152
Cuadro 73. Resumen de costos indirectos de fabricación CIF.	152
Cuadro 74. Total costos de producción	153
Cuadro 75. Nomina de Administración y Ventas.	154
Cuadro 76. Depreciación de muebles y enseres y equipo de cómputo	154
Cuadro 77. Amortización de diferidos	155
Cuadro 78. Valor del mantenimiento de activos administrativos	155

Cuadro 79. Valor de seguros de activos de administración	155
Cuadro 80. Total gastos generales	156
Cuadro 81. Total gastos de administración y ventas	156
Cuadro 82. Gastos Financieros	157
Cuadro 83. Resumen de capital de trabajo	157
Cuadro 84. Total de la inversión	157
Cuadro 85. Financiación	158
Cuadro 86. Tabla de amortización de crédito	159
Cuadro 87. Costos Fijos	161
Cuadro 88. Costos variables	162
Cuadro 89. Costo total del restaurante Gonsuat Ltda.	163
Cuadro 90. Precio de Venta del restaurante Gonsuat	163
Cuadro 91. Costos del servicio proyectado a 5 años	164
Cuadro 92. Gastos de Administración y Ventas Proyectados a 5 Años	164
Cuadro 93. Proyección de los Gastos financieros Proyectados a 5 años	164
Cuadro 94. Proyección de Ventas del restaurante Gonsuat Ltda.	165
Cuadro 95. Punto de equilibrio.	165
Cuadro 96. Estado de ganancias y perdidas	167
Cuadro 97. Flujo de Caja proyectado a 5 años.	168
Cuadro 98. Balance General proyectado	169
Cuadro 99. Valor presente neto (VPN)	175
Cuadro 100. Tasa interna de retorno (TIR)	176
Cuadro 101. Recuperación de la Inversión	177

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Sector comercial de Cabecera	37
Figura 2. Sitio donde acostumbran almorzar	52
Figura 3. Razones por las cuales almuerza fuera de casa	53
Figura 4. Tipo de almuerzo que acostumbra a consumir	55
Figura 5. Precio promedio por tipo de comida	58
Figura 6. Días a la semana que acostumbra almorzar por fuera.	59
Figura 7. Concepto sobre si existe un sitio destinado para el descanso.	61
Figura 8. Actividades desarrolla después del almuerzo.	62
Figura 9. Concepto sobre la creación de un restaurante con sala de descanso	64
Figura 10. Condiciones para ir a un restaurante de comida corriente con sala de descanso	66
Figura 11. Servicios adicionales que le gustaría que tuviera el nuevo restaurante.	68
Figura 12. Cuanto estaría dispuesto a pagar por el almuerzo y el servicio adicional.	69
Figura 13. Canal de comercialización: Productor – Usuario Final.	89
Figura 14. Canal de comercialización propuesto	90
Figura 15. Logotipo de la empresa	94
Figura 16. Distribución en planta	128
Figura 17. Estructura organizacional	135
Figura 17. Punto de Equilibrio	166

RESUMEN

TÍTULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA CORRIENTE, CON SALA DE DESCANSO EN CABECERA DEL LLANO DEL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA*

AUTORAS: REYES GONZÁLEZ, Juliana
SUÁREZ MATTA, Eddy Cristina**

PALABRAS CLAVES: Almuerzo, Corriente, Sala, Descanso, Tranquilidad.

DESCRIPCIÓN:

La idea de realizar este estudio surgió de las autoras, al observar que en el sector de Cabecera del Llano del municipio de Bucaramanga no existía un restaurante con sala de descanso que cubriera las necesidades de almorzar y descansar. Dormir una pequeña siesta después de almorzar, no mayor a la hora y media, es una verdadera necesidad del organismo, grabada biológicamente en los genes, y aparentemente está estipulada en el ritmo circadiano. Según los estudios, el ser humano está programado para dormir por la tarde sin que eso suponga ningún perjuicio en su rendimiento. Muy por el contrario, numerosas investigaciones han demostrado que este paréntesis permite aumentar la concentración, el rendimiento, la productividad e, incluso, la creatividad. La siesta, además de ser buena para la salud, incrementa la productividad diversos estudios y diferentes países están revalorando los beneficios laborales de esta práctica frecuentemente desprestigiada.

El restaurante Gonsuat presenta una demanda efectiva insatisfecha de 27.829, el cual iniciara con capacidad elaborar y vender un total de 46.800 almuerzos al año, equivalente al 50% de su capacidad instalada, el cual cubrirá el 6% del mercado de almuerzos corrientes de la zona de Cabecera de Bucaramanga, y pretenderá crecer año a año en un 10%, dado que se tiene la expectativa de competir y generar un factor diferenciador dando a conocer a través de una agresiva publicidad

Financieramente y realizado el análisis de los diferentes estudios, el proyecto “Factibilidad para la creación de un restaurante de comida corriente con sala de descanso en el sector de Cabecera del Llano del municipio de Bucaramanga” se estimo que es viable, factible y rentable en el mercado se comprobó con cifras claras que para una inversión de \$47.496.166, dio un VPN de \$120.268.144, y una TIR de 53.18%, y en definitiva es recomendable.

* Proyecto de Grado

** Universidad Industrial de Santander, Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Director: MORENO GÓMEZ, Nelson Enrique.

ABSTRACT

TITLE: FEASIBILITY FOR THE ESTABLISHMENT OF A COMMON FOOD RESTAURANT WITH LOUNGE ON THE AREA OF "CABECERA DEL LLANO" IN THE MUNICIPALITY OF BUCARAMANGA*.

AUTHORS: REYES GONZALEZ, Juliana
SUAREZ MATTA, Eddy Cristina **

KEYWORDS: Common, Food, Lounge, area, tranquility.

DESCRIPTION:

The idea came from the study authors, we see that in the area of "Cabecera del Llano" municipality of Bucaramanga, there is a restaurant with lounge to meet the needs of food and rest. A nap after lunch, no more than an hour and a half, is a real need of the organism, biologically recorded in the genes, and apparently is stipulated in the circadian rhythm. According to studies, the human being is programmed to sleep in the afternoon without involving any loss in performance. Quite the contrary, research has shown that many of the brackets can increase concentration, performance, productivity and even creativity. The countries of the siesta, besides being good for health, increased productivity and different studios are rethinking the laboral benefits of this practice often discredited.

The restaurant Gonsuat shows an unmet demand of 27,829 troops, which began with the ability to develop and sell a total of 46,800 meals per year, representing 50% of installed capacity, which cover 6% of current lunch market of "Cabecera del Llano" of Bucaramanga, and aims to grow year after year by 10%, as it is expected to compete and generate a differentiating factor by creating awareness through aggressive advertising.

Financially and realized the analysis of several studies, the project "Feasibility for the establishment of a common food restaurant with lounge on the area of "Cabecera del Llano" in the municipality of Bucaramanga" is estimated to be viable, feasible and profitable in the market was established with clear figures for an investment of \$ 47,496,166, gave a NPV of \$ 120,268,144, and an IRR of 53.18%, definitely is recommended.

* Project of Degree

** Industrial University of Santander, Institute of Regional Projection and Education at Distance. Managerial administration. Director. MORENO GÓMEZ, Nelson Enrique.

INTRODUCCIÓN

La preocupación por un cuerpo sano y en forma está a la orden del día. Miles de productos que persiguen este fin se encuentran en el mercado y son evidencia de un fenómeno al que no han sido ajenos los proveedores y los restauradores nacionales. En general el consumidor actual no solo busca satisfacer necesidades -como comer-, también quiere que esa experiencia le redunde en beneficios adicionales y la salud es quizás uno de los más importantes.

El propósito de la población actual en invertir en pro de su figura y de una vida más larga y sana ha impulsado la creación de nuevas empresas dedicadas a 'vender bienestar' e incluso a la modificación de menús de otras organizaciones ya posicionadas.

En este contexto, los restaurantes de comida corriente con sala descanso entran en la era del nuevo estilo de descanso, tranquilidad por parte de los trabajadores, haciéndolo casi de vital importancia para la salud y el bienestar en general.

Dado a que en este sector no se encuentran restaurantes con sala descanso. Nace la idea para las autoras de este proyecto de crear en el sector de Cabecera del Llano de municipio de Bucaramanga un restaurante de comida corriente con sala de descanso, que le permita a los trabajadores y población en general un ambiente armonioso, tranquilo.

Igualmente se espera que la lectura del documento sea lo suficientemente ilustrativa acerca de la manera como se llevo a cabo la investigación y las ventajas que tendría una empresa con las características que se reseñan en el estudio técnico, administrativo y financiero,

Las autoras señalan haber cumplido su objetivo, toda vez que la realización del trabajo impuso la necesidad de aplicar todos los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos durante la formación profesional.

1. GENERALIDADES

1.1. PANORAMA GENERAL DEL SECTOR.

Historia de restaurantes: Las salidas a comer tienen una larga historia. Las tabernas existían ya en el año 1700 a. J.C. se han encontrado pruebas de la existencia de un comedor público en Egipto en el año 512 a. J.C. que tenían un menú limitado, solo servían un plato preparado con cereales, aves salvajes y cebolla.

Los antiguos romanos salían mucho ir a comer fuera de sus casas; aún hoy pueden encontrarse pruebas en Herculano, una ciudad de veraneo cerca de Nápoles que durante el año 79 d J.C. fue cubierta de lava y barro por la erupción del volcán Vesubio. En sus calles había una gran cantidad de bares que servían pan, queso, vino, nueces, dátiles, higos y comidas calientes. Después de la caída del imperio romano, las comidas fuera de casas se realizaban generalmente en las tabernas o posadas pero alrededor del año 1200 ya existían casas de comidas en Londres, París y en algunos otros lugares en las que podían comprarse platos ya preparados.

El negocio de los restaurantes públicos fue creciendo progresivamente, pero en 1919 había solo 42600 restaurantes en todo estados unidos, ya que el comer fuera representaba para la familia media de las pequeñas ciudades una ocasión muy especial.

El negocio comercial de los restaurantes prospero después de la segunda guerra mundial, ya que muchas personas con posibilidades económicas adquirieron el hábito de comer fuera de sus casas. Existen varios aspectos en nuestro estilo de

vida que han influido en los nuevos hábitos y que favorecen el desarrollo del negocio de los restaurantes; por ejemplo, la gran cantidad de mujeres que trabajan fuera de casa. El comer fuera está íntimamente ligado a la disponibilidad económica y, por lo tanto, al incrementarse esta, aumentan las ventas en los restaurantes. Las comidas y las bebidas consumidas fuera de casa representan aproximadamente un cinco por ciento de la renta disponible de los consumidores. Este porcentaje se mantiene prácticamente constante.¹

Como la mayoría de las cocinas de los diferentes países, la de Colombia está formada por la influencia de otras culturas que llegaron al país en la época de la conquista y después durante el siglo XIX y XX.

Estas culturas en cuestión fueron, para el siglo XVII y XVIII, la indígena que habitaba el territorio, la española que llegó en los viajes del descubrimiento y la africana que trajeron los iberos como esclavos para trabajar en las minas y los cañaverales. Para el siglo XIX llegaron los franceses y los ingleses, los cuales, enseñaron su gastronomía aplicada a toda clase de platillos e ingredientes.

Las costumbres alimenticias, entre otras, de los ancestros indígenas se vieron cambiadas, por un lado, a raíz de la empresa conquistadora con la presencia de Andaluces, valencianos y aragoneses, entre otros, quienes se impusieron sobre los guisos de la Iguana, el manatí o los insectos para reemplazarlos por el ganado vacuno, por nombrar sólo un producto y por el otro con las preparaciones y las costumbres africanas, especialmente en las zonas costeras.

La variación en los platos y las influencias en las mesas colombianas depende de la zona de donde provenga así como de los recursos naturales que dispongan, éstos pueden ser abundantes o pobres en una región, así mismo los climas

¹ ESCOLASTICO. Raúl Historia de los restaurantes. [En red] disponible en: <http://www.orghys.com/contenidos/restaurantes-historia.htm/>

múltiples o los desarrollos sociales desiguales pueden repercutir en el crecimiento de una cocina propia y marcar la diferencia.

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

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

COCINANDO PARA EL FUTURO.² El despegue del sector de la restauración ha traído nuevas tendencias y ha despertado la inquietud en comensales y restauradores para evolucionar de acuerdo a los gustos de hoy.

Para mantenerse en un campo tan competitivo como el gastronómico usted debe contar con gente instruida en todos los frentes del negocio que le permitan mantener su clientela y estilo vigente. Lilia Linares, directora ejecutiva de la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica (Acodrés), insiste en la importancia de preparar la industria gastronómica: "En Colombia la capacitación es muy reducida en nuestro sector".

² <http://www.revistalabarra.com.co/larevista/edicion-18/capacitacion-10/cocinando-para-el-futuro.htm>

Todavía nuestros empresarios no creen que la formación es una herramienta útil y necesaria, además de ser la única para lograr el real éxito de sus empresas. En la parte gremial se tiene más interés por el tema.

Calidad, estándar único. Pactos internacionales como el Tratado de Libre Comercio (TLC) indudablemente abrirán la competencia en todos los sectores de la economía. La única forma de mantenerse vigente es asegurar la calidad de productos y servicios. Como explica Linares: "El gobierno está empeñado en que los sectores se formalicen, sean competitivos y tengan calidad.

Desde hace dos años Acodrés, Icontec y otros sectores gubernamentales empezamos a hacer normas para el sector en varios campos que van desde el laboral hasta la categorización de los restaurantes. No es una utopía ni quiere decir que va a pasar pasado mañana, pero todos debemos pensar en certificarnos en normas ISO y buscar sellos de calidad. Es la única manera de entrar en otros mercados".

A pesar de las recomendaciones de la directora, el último estudio publicado por el Centro Nacional de Consultoría, auspiciado por Acodrés, indica que en Bogotá operan al menos 8.300 restaurantes de los cuales el 80 por ciento no posee siquiera certificado de Cámara de Comercio, lo que hace suponer que tampoco están interesados en promover la capacitación dentro de los establecimientos.

"Hace diez años la comida se daba en una sola línea. Hoy la gente sabe más de cocina y servicio, por lo tanto es más exigente. Quien no está preparado no puede estar a la vanguardia." asegura la ejecutiva.

Y es que sólo los negocios que cuentan con un capital humano suficientemente preparado para asumir los cambios drásticos en cuanto a tendencias y evolución del negocio pueden mantener y ampliar sus clientes. Esto ha despertado la inquietud de muchos empresarios que han visto en la gastronomía un campo

propicio no sólo para nuevos negocios sino para abrir nuevas academias gastronómicas.

Algunos ejemplos. Estudios de mercado, análisis de competencia, ubicación, servicio, entre otros, son factores determinantes para el éxito de su negocio y, aunque muchos establecimientos funcionan de forma empírica en alguna de sus áreas, el interés de muchas personas por adquirir un conocimiento técnico las ha llevado a cambiar de profesión o tomar la gastronomía como primera opción de educación superior.

Según Claudia Sotomayor, directora de mercadeo de la Academia de Cocina Verde Oliva: “En este momento hay varios perfiles de estudiantes. Encontramos el bachiller que quiere iniciarse en el área de cocina, o personas que ya han estado en otras carreras y se dieron cuenta de que no era lo de ellos por lo que están experimentando en este campo. Ellos saben que en Colombia esta carrera está naciendo, saben que no hay muchos profesionales en el área y por eso quieren ser pioneros.

“Las academias de cocina son conscientes de que los nuevos estilos de culinaria requieren ir más allá de la reproducción de las recetas tradicionales, que un chef necesita crear nuevos sabores y texturas a partir de su conocimiento en materias primas, utensilios y procesos. Para Felipe Leyva, director de mercadeo de la Escuela de Gastronomía Mariano Moreno, este es uno de los motivos para ofrecer nuevos programas académicos.”

Los cursos tradicionales enseñan recetas, pero no explican por qué una torta crece o qué proteínas tiene el huevo. Nosotros queremos enseñar técnicas para que los alumnos encuentren su estilo a partir del conocimiento” y agrega Leyva “encontramos que el año pasado alrededor de 180 colombianos viajaron al

Instituto Mariano Moreno en Buenos Aires para aprender de cocina, eso muestra que el interés en el tema está creciendo en nuestro país”.

Ambos institutos coinciden en que a diferencia de otros programas, ellos tienen una gran carga académica a nivel de cocina sin descuidar aspectos administrativos. “En comienzo, nuestra idea es formar cocineros profesionales. Obviamente se va a ver un poco de mercadeo y administración, higiene, salud y nutrición sin que eso quiera decir que formamos administradores o nutricionistas. Damos mucha cocina con un poco de administración” afirma Leyva.

Y aunque la cocina es un tema vital para el éxito del restaurante, también los gerentes, administradores y personal de línea pueden actualizar sus conocimientos en distintos diplomados y seminarios promovidos por distintas asociaciones, escuelas o proveedores en campos como servicio al cliente, control de calidad, costos, mercadeo y publicidad, entre otros. “Ya contamos con estudios de índices del sector sobre rentabilidad, puntos de equilibrio y damos charlas dirigidas a los empresarios para dimensionar la base del negocio. La idea es dar una preparación en muchos aspectos y a todos, sobre todo, antes de empezar el negocio” comenta Linares de Acodrés.

NEGOCIANDO SALUDABLEMENTE.³ La preocupación por un cuerpo sano y en forma está a la orden del día. Miles de productos que persiguen este fin se encuentran en el mercado y son evidencia de un fenómeno al que no han sido ajenos los proveedores y los restauradores nacionales. En general el consumidor actual no solo busca satisfacer necesidades – como comer-, también quiere que esa experiencia le redunde en beneficios adicionales y la salud es quizás uno de los más importantes.

³ <http://www.revistalabarra.com.co/larevista/edicion-18/negocios-8.htm>

La necesidad de una dieta balanceada y de sitios que contribuyan a dicha causa en Colombia se hace notable a raíz de la encuesta nacional de demografía y salud 2005 de Profamilia y el ICBF, la cual indicó que en nuestro país el treinta por ciento de la población colombiana que radica en las ciudades es obesa.

De acuerdo con un estudio realizado por la empresa distribuidora e importadora de productos orgánicos Valle Verde, se hizo evidente que un ochenta por ciento de las personas consultadas tiene el interés por buscar nuevas tendencias saludables en cuanto a su alimentación. Adicionalmente, es de resaltar que un gran número de entrevistados reconoció la diferencia entre los productos orgánicos (sin químicos) y los dietéticos (bajos en calorías), hecho que demuestra que cada vez más crece un público que no sólo está preocupado por su salud, sino que conoce cómo hacerlo.

El propósito de la población actual en invertir en pro de su figura y de una vida más larga y sana ha impulsado la creación de nuevas empresas dedicadas a 'vender bienestar' e incluso a la modificación de menús de otras organizaciones ya posicionadas.

Más salud, menos médicos. Entre los sitios que han aplicado y entendido esta nueva tendencia se puede mencionar el restaurante Clowns Deli, que en su carta ha buscado introducir una propuesta saludable y, de paso, concientizar al consumidor de que alimentarse no es simplemente llenarse. Algunas de las opciones que se han explorado y que así mismo pueden servir de ejemplo para otros establecimientos son las sopas a base de vegetales orgánicos y las ensaladas con encurtidos procesados caseramente.

De la misma manera, han aparecido almacenes como Bio Plaza que en su carta optó por involucrar los principios de nutrición de diversas culturas, sin limitarse a la venta exclusiva de orgánicos o dietéticos; todo con la certeza que “invertir en una

alimentación saludable ayuda a bajar los gastos médicos” tal como lo asegura Edilberto Sanabria administrador del lugar

La exigencia de los clientes ha aumentado de tal manera que al juego también han entrando grandes cadenas de comidas rápidas, como Mc Donald's y Burguer King, cuya percepción por parte del público era la de una oferta poco saludable. Estas compañías con la intención de revertir esa imagen, pero al mismo tiempo con el propósito de conservar la comida que los ha caracterizado desde su creación, agregaron a su menú una línea verde que ofrece diferentes clases de ensaladas.

Otro caso que ejemplifica esta nueva preferencia de los consumidores, es la cadena americana de hamburguesas Wendy's, que para el 2002, añadió a su oferta cuatro opciones de ensalada, un sánduche de pollo al grill, y más recientemente, la posibilidad de cambiar en los combos las tradicionales papas fritas por una ensalada jardinera, una ensalada César, una papa al horno o chili con carne. Además, ofrece en los menús infantiles la alternativa de cambiar la gaseosa por leche y las papas por mandarinas.

Pero comer sanamente no es necesariamente comer verde. El pan, uno de los alimentos más comunes y apetecidos en el mundo y a la vez de los que más culpa hace sentir, ha encontrado una opción saludable en sitios como Pan de Nobles. Esta panadería ha buscado renovar el concepto del pan integral.

Anteriormente éste se distinguía por ser seco e insípido por lo que la gente no lo veía como una opción a la hora de comer pan. Por eso sus propietarios se preocuparon por encontrar una fórmula que creara uno de sabor agradable, pero que al mismo tiempo conservara sus cualidades de bienestar. Lo lograron y ahora se vende como pan.

Visiones colombianas. Parte de todo negocio exitoso es saber exactamente lo que quiere el cliente y moverse con las tendencias de la moda, bien sea en términos de salud o de negocios. Por esta razón la función diaria de los establecimientos debe ser escuchar a los consumidores y saber qué es lo que están exigiendo.

De acuerdo con Natalia Aljure de Clowns, elegir una alimentación saludable es una tendencia que va en alza y que como negocio tiene un gran futuro en Colombia. Por su parte, Liliana Gordillo, de Valle Verde, asegura que aunque nuestro país sea aún un 'novato' en la materia, el mercado tiene la perspectiva de crecer aproximadamente entre un diez y veinte por ciento en los siguientes cinco años.

Los obstáculos. La falta de información acerca de los beneficios y las novedades en este campo ha sido una de las razones por las que el consumo de comida saludable aún no se ha extendido mayoritariamente. Según Edilberto Sanabria algunas personas siguen teniendo el prejuicio de que lo saludable no goza de un buen sabor o simplemente la consideran como una costumbre ajena.

El tema de los proveedores es, de la misma manera, un punto de vital importancia en este mercado. Al respecto Aljure resalta que: "Aunque cada día la oferta crece, todavía no es lo suficientemente grande para las necesidades de algunos establecimientos y en ocasiones resulta muy costosa." En resumen, comer bien dejó de ser un sacrificio, cuidarse ya no es sólo agregarle endulzante dietético al café y la necesidad de una vida más saludable abre las puertas a un mercado que necesita más variedad y participación de distintas fuentes.

Comida orgánica y su comercialización. La comida orgánica se obtiene a partir de cultivos o animales que se han desarrollado en sistemas agrícolas que excluyen el uso de fertilizantes, reguladores del crecimiento y aditivos químicos.

Cada día son más los chefs que se preocupan por saber de dónde proviene su materia prima, cómo se alimentó o con qué tipo de aguas fue regada. Se habla incluso de 'cocina salud', en la que, además de ingredientes orgánicos, se eligen formas de cocción saludables y se controlan los tiempos de las mismas.

El éxito de una buena oferta orgánica radica en que el chef trate de combinar técnicas de cocción clásicas con ingredientes y preparaciones de diversas gastronomías hasta armonizar sabores muy distintos. Situación para la que debe conocer a fondo las cocinas del mundo, contar con fundamentos de la cocina clásica y tener muy buen gusto para lograr un plato que seduzca.

El diseño también cuenta. Crear ambientes que inspiren sensación de bienestar y tranquilidad, complementa la oferta de comida saludable. En esta propuesta se han enfocado sitios como Clowns Deli y Wok que con sus diseños buscan crear en el cliente un placer extra; pues al fin y al cabo la estética de los restaurantes debe coincidir, e incluso integrarse, con el menú y hasta con el servicio mismo.

Los investigadores aseguran que en aquellos países donde es común tomar la siesta a diario, como los del Mediterráneo, los índices de mortalidad coronaria son menores.

Eso dice una investigación de la Escuela de Medicina de la Universidad de Atenas (Grecia), que estudió a más de 23 mil personas sin historia de enfermedad cardíaca ni ninguna condición grave.

Este hábito de medio día no solo logra reducir los niveles de estrés, a prevenir la depresión, estimula la creatividad, relaja las tensiones laborales, aumenta la productividad, prepara la mente para funcionar al máximo y tiene un impacto positivo sobre la memoria y el aprendizaje, también tiene efectos benéficos sobre el sistema cardiovascular.

Otra investigación reciente de la Universidad Liverpool John Moores (Reino Unido) encontró que dormir la siesta después de almorzar ayuda a reducir la presión arterial, un efecto beneficioso que no se produce cuando se descansa despierto durante el mismo lapso.

"Hemos observado que se genera una reducción importante de la presión arterial durante el período de inicio del sueño vespertino, solo cuando la persona se dispone a dormir", dice Greg Atkinson, autor principal del estudio y quien vincula este factor con la menor mortalidad coronaria de las poblaciones del Mediterráneo y de América Latina, donde las siestas son comunes.

Los británicos, entre cuyos más fervorosos defensores de la siesta figuraba el estadista Winston Churchill, han publicado series de reglas para la buena siesta. Bill Clinton, ex presidente de Estados Unidos, no se ha quedado atrás; como promotor de la siesta recomienda buscar un lugar tranquilo y sin ruido para tomarla; luego acostarse lo más horizontalmente que le sea posible (la cama o el sofá), apagar el celular y las luces y correr las cortinas.

El periódico estadounidense Boston Globe también elaboró una breve guía sobre el tema para lograr el motoso perfecto:

Si tomó café antes de acostarte u otra bebida estimulante, dese un tiempo de 20 o 30 minutos para relajarse y después dormir.

Duerma hasta 45 minutos si piensa ponerse de nuevo a trabajar o debe llevar a cabo alguna labor que requiera gran actividad mental y física.

Hora y media es la duración ideal para que el cerebro descanse y recupere una actividad mental óptima.

Para conciliar el sueño piense en ovejas flotando o en una playa, escuche sonidos relajantes con un MP3 o concéntrese en relajar sus músculos y respirar a ritmo lento y profundo.

Nap lounges", la tendencia laboral: La mayor parte de los accidentes de tráfico tienen lugar entre las dos y las cuatro de la madrugada, y en las horas centrales del día, de dos a cuatro de la tarde.

Una circunstancia que el Centro Francés de Sueño atribuye a la falta de concentración que evita reaccionar a tiempo ante los imprevistos. Este hecho ha llevado a numerosas empresas, en España y otros países, a instalar "**nap lounges**" o "**salas del sueño**", que permiten a los trabajadores desconectarse de la rutina durante media hora sin tener que desplazarse hasta el sillón de su propia casa

La duración de la siesta es otro de los factores que han causado controversia entre los diferentes estudios que se han hecho al respecto; mientras para unos más de media hora puede alterar el sueño nocturno para otros no es así.

Según todos los expertos de sueño, todo tiene una base biológica, lo que explicaría la existencia de "búhos", "madrugadores", "dormilones", "siesteros". Cada persona tiene sus preferencias según sus gustos y necesidades.

La creciente población hispana de Estados Unidos y la constante inmigración no han logrado aún importar ni implementar un sistema de siesta o descanso durante el trabajo, muy común en Latinoamérica y España.

Quizás las empresas de origen latino tomen en cuenta las recomendaciones de proveer un lugar para la siesta para sus empleados, para comprobar que, lejos de

un descanso inmerecido, lograrán trabajar con personas más sanas, felices y rendidoras.

LA SIESTA, UNA NECESIDAD BIOLÓGICA.⁴ Dormir una pequeña siesta después de almorzar, no mayor a la hora y media, es una verdadera necesidad del organismo, grabada biológicamente en los genes, y aparentemente está estipulada en el ritmo circadiano

Aumenta la capacidad intelectual. Según los estudios, el ser humano está programado para dormir por la tarde sin que eso suponga ningún perjuicio en su rendimiento. Muy por el contrario, numerosas investigaciones han demostrado que este paréntesis permite aumentar la concentración, el rendimiento, la productividad e, incluso, la creatividad.

Existe una predisposición natural en el ritmo circadiano del ser humano para dormir por la tarde, lo que permite aumentar la capacidad física e intelectual, relajar los músculos y la mente y, para qué negarlo, disfrutar de este pequeño placer en mitad del día.

Al ciclo diario que indica, como un "reloj biológico" interno, cuándo despertar y cuándo dormir, se le denomina ritmo circadiano.

Además de su efecto reparador, la siesta refuerza el sistema inmunológico. Favorece un tipo de sueño profundo (de ondas de baja frecuencia) durante el que se segregan hormonas que renuevan los tejidos y fortalecen el sistema inmune.

Estas sustancias, como los muramiléptidos, eliminan los productos secundarios del metabolismo muscular, preparando al cuerpo para un nuevo período de vigilia.

⁴ *Univisión.com, Febrero 2006*

Después de comer la temperatura del cuerpo desciende y nuestro cuerpo comienza a producir unas sustancias soporíferas que se encuentran de forma natural en el organismo y que provocan la sensación de sueño que se produce en las primeras horas de la tarde.

Y es que la siesta está muy relacionada con el reloj biológico que nos produce sueño por la noche. Este sistema está ubicado en la región del cerebro que controla los cambios en la temperatura de la piel, la agudeza visual, la concentración, entre otros.

La siesta, además de ser buena para la salud, incrementa la productividad diversos estudios y diferentes países están revalorando los beneficios laborales de esta práctica frecuentemente desprestigiada.

Fernando Trías de Bes, profesor de la Esade de Barcelona, una de las escuelas de negocios más prestigiosas de Europa, anota que "un estudio realizado en países industrializados determinó que el 92,5 por ciento de los trabajadores que echaba una siesta mejoraba su productividad". Y "la Nasa ha certificado que una siesta adecuada incrementa el rendimiento de un individuo hasta en un 34 por ciento".

Lo paradójico de esta historia es que mientras en España se duerme la siesta cada vez menos para poder adaptarse a las carreras de un mundo donde 24 horas no parecen ser suficientes, el 'yoga ibérico' -como bautizó a la siesta el Nóbel Camilo José Cela- está en pleno auge en Estados Unidos y Japón, los reyes del trabajo compulsivo y antípoda de otro principio fundamental de la cultura española: "se trabaja para vivir, no se vive para trabajar".

No es gratuito que en Bruselas, sede de las principales instituciones de la Unión Europea (UE), se oye un chiste con bastante facilidad: "los españoles pueden

seguir haciendo la siesta, porque mientras ellos duermen, los demás europeos seguimos trabajando"

En Estados Unidos, la cultura de la siesta como elemento para aumentar la productividad y tener una vida más sana se expande bajo el nombre de "power nap", y está generando no sólo decenas de libros y seguidores, sino también empresas que se dedican a ofrecer lugares especialmente acondicionados para que los ejecutivos puedan darse sus 20 minutos de siesta en condiciones ideales. Una de ellas es Metronaps, está ubicada nada menos que en el Empire State de Nueva York y que se promociona con el lema de "haga más con su día".

La doctora Rosa Peraíta Adrados, presidenta de la Asociación Ibérica de Patología del Sueño, explica que hoy se duerme casi dos horas menos que a principios del siglo XX, debido a la luz eléctrica, a la televisión, a las largas jornadas de trabajo y al estrés. Y resalta que "la privación de sueño conlleva un menor rendimiento, a accidentes laborales y de tráfico, a depresión e irritabilidad". Por eso la siesta está cobrando fuerza.

En Japón son varias las empresas que han institucionalizado la siesta como una práctica sagrada dentro de la jornada laboral, pues ya se percataron que incrementa la productividad de sus trabajadores en un 30 por ciento, como promedio. Pero más importante aún, diversos estudios coinciden en que este descanso para el cerebro estimula fuertemente la creatividad y la capacidad de resolver problemas más fácilmente.

Por eso una agencia estatal británica que investigó el tema recomendó en septiembre -según The Guardian- la instalación de camas y lugares de descanso en las empresas del Reino Unido.

Porque como explica el doctor Richard Wiseman, un prestigioso psicólogo británico: "está plenamente demostrado que nuestras mentes son más creativas cuando nos relajamos". Además de esto, y según los trabajos del profesor Philippe Cabon, del laboratorio de antropología aplicada de La Sorbona, en París, la siesta también reduce los accidentes laborales, pues aumenta la capacidad de concentración del trabajador en sus tareas.

William A. Anthony, director del Centro de Rehabilitación Psiquiátrica de la Universidad de Boston, aboga porque la siesta se convierta en una práctica habitual en las empresas de Estados Unidos. Y asegura que la idea no es que la gente duerma horas en el trabajo, sino que cada trabajador disponga de entre 20 y 30 minutos diarios para descansar en un lugar adecuado y así mejorar su rendimiento, su capacidad de concentración y su estado de ánimo.

Así las cosas, y dado que el estigma negativo de esta sana costumbre española decrece día a día, no se extrañe si una mañana de estas llega a su oficina y encuentra, además de escritorios y computadores, camas, sofás y a su jefe invitándolo a echarse un 'motoso' después del almuerzo.

Cuándo y dónde.⁵ El lugar ideal para una buena siesta debe ser tranquilo y poco iluminado; la mejor hora es tras el almuerzo y el tiempo aconsejado por los médicos es de unos 30 minutos. Y no importa que no se llegue a dormir, ya que el simple reposo es suficiente.

Ningún Estado ha tomado aún cartas en el asunto, salvo el excepcional caso de China, dónde el derecho al xiu-xi (siesta) está protegido por la Constitución. Pero a medida que las evidencias científicas sigan aumentando, esto no debería cambiar. De hecho, en Chile, un diputado ya se atrevió a presentar al Parlamento de su

⁵ <http://adgcolombia.org/foro/viewtopic.php?t=246&sid=de2ea241b372b8646a0ef530d2ec5fec>

país el 'Plan Z', un proyecto que pretendía garantizar por ley el derecho de los trabajadores a una siesta de 20 minutos. La propuesta fue rechazada, pero generó un intenso debate.

Y es que una encuesta realizada en Internet, y en la que participaron cerca de 3.000 personas, reveló que cerca del 80 por ciento de los trabajadores se tomaría una siesta en el trabajo si esto no fuera tan mal visto como lo es hoy en casi todas las oficinas del mundo.

A lo que se suma el hecho de que varios de los personajes más importantes de la historia han sido fieles practicantes de este hábito. Dicen, por ejemplo, que uno de los secretos de Leonardo da Vinci consistía en dormir pequeñas siestas cada tres horas; y que Winston Churchill no faltó a su cita diurna de 75 minutos con la almohada ni siquiera en los peores momentos de la II Guerra Mundial. Mientras que el sabio Albert Einstein solía recomendar la siesta diciendo: "sirve para refrescar la mente y ser más creativos".

Los estilos de vida de las familias han ido variando de acuerdo a las condiciones socioeconómicas, en las cuales es importante el aporte presupuestal de otros integrantes de la familia como esposa o compañera, hijos mayores entre otros, logrando que cada vez el encuentro familiar diario a la mesa se vea abocado a una o dos veces a la semana. Esta situación contribuye a que un gran porcentaje de los habitantes de la ciudad, tengan que almorzar en diferentes restaurantes de la ciudad de los cuales se encuentran: Jarrys, Mercagan, Dimarco, Tony, Viejo Chiflas, Restaurante Chinos, Mar Villa, Hipopótamo.

Por lo anterior se hace necesario capacitar técnicamente al personal que administra y atiende los restaurantes de almuerzos corrientes para satisfacer las necesidades de los clientes, en cuanto a calidad en el servicio, imagen y preparación nutritivos, que permita alcanzar los siguientes objetivos:

Se busca fortalecer los hábitos alimentarios en la población de la zona de Cabecera del Llano a través de almuerzos corrientes, ejecutivos, saludables con el fin de disminuir la presencia de enfermedades crónicas no Transmisibles, dando cumplimiento al decreto 3075 de 1.997 capítulo VIII, en cuanto a las buenas prácticas de manipulación en la producción de alimentos.

1.2. CONTEXTO GEOGRÁFICO.

Figura 1. Sector comercial de Cabecera



Fuente: Autoras del proyecto.

Hoy en día, Bucaramanga es una de las ciudades más importantes de Colombia. 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 sin número 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"⁶.

⁶ <http://es.wikipedia.org/wiki/Bucaramanga>

Recientemente el DANE publicó los resultados del Producto Interno Bruto para Santander en el año 2007, cifras que consolidaron al departamento como la cuarta economía en Colombia con una participación de 6%, y un crecimiento de 8,1% frente al año anterior, aumento que superó el promedio de 5,8% mostrado por América Latina para el periodo 2006-2007, según los cálculos de la CEPAL.

Los servicios continuaron como el sector con mayor peso en el PIB durante el 2007, con crecimiento en todas las actividades que lo componen, en especial, en los destinados a las empresas y los de esparcimiento, este último como consecuencia del auge de la actividad turística en el departamento.

Otro aspecto importante, es que la economía local siguió inclinándose hacia la creación de empresas en el sector terciario, es decir, en los servicios (gráfica 9). Esta situación se advierte por la ganancia en la participación porcentual sobre el total de empresas creadas entre el año 2005 y 2009, en el 79,5% en sectores como las actividades inmobiliarias empresariales y de alquiler, hoteles y Restaurantes y comercio principalmente⁷.

1.3. MARCO DE REFERENCIA LEGAL

Ministerio de salud Decreto 60 del 18/01/2002 por el cual se promueve la aplicación del sistema de análisis de peligros y puntos de control crítico - Haccp en las fábricas de alimentos y se reglamenta el proceso de certificación.

Ley 9 de febrero 5 de 1979 **TITULO I. DE LA PROTECCION DEL MEDIO AMBIENTE Objeto. ARTICULO 1º.** Para la protección del Medio Ambiente la presente Ley establece:

⁷ <http://www.sintramites.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad/2009/conmay2009.pdf>

- a) Las normas generales que servirán de base a las disposiciones y reglamentaciones necesarias para preservar, restaurar u mejorar las condiciones necesarias en lo que se relaciona a la salud humana.
- b) Los procedimientos y las medidas que se deben adoptar para la regulación, legalización y control de los descargos de residuos y materiales que afectan o pueden afectar las condiciones sanitarias del Ambiente.

PARAGRAFO. Para los efectos de aplicación de esta ley se entenderán por condiciones sanitarias del ambiente las necesarias para asegurar el bienestar y la salud humana.

ARTICULO 2o. Cuando en esta Ley o en sus reglamentaciones se hable de aguas, se entenderán tanto las públicas como las privadas. Las normas de protección de la calidad de las aguas se aplicarán tanto a unas como a otras
Ley 195 de diciembre de 1994 sirve para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) con el fin de brindar ventajas económicas y generar mejores condiciones para su creación y operación.

Ley 99 de diciembre de 1993 por la cual se crea el MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE, se reordena el sector público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el sistema nacional ambiental –SINA y se dictan otras disposiciones.

Resolución 599 de 1998 INVIMA. Por la cual se adopta el formulario único para solicitud, modificación y renovación del registro sanitario para los productos alimenticios y se establece la nomenclatura para la expedición de registro sanitario de los alimentos de fabricación nacional y los importados.

Decreto 3075 de 1997 Ministerio de Salud. Regula las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1. OBJETIVOS

2.1.1. General.

Realizar un estudio de mercados que permita recopilar información de demanda y oferta con el propósito de medir las costumbres, gustos, necesidades, preferencias, nivel de aceptación y actitud de compra de dichos clientes frente al restaurante de comida corriente con sala de descanso en Cabecera del Llano del municipio de Bucaramanga.

2.1.2. Específicos

- Determinar la preferencia por el tipo de restaurante de comida corriente con sala de descanso de los empleados de Cabecera del Llano y población en general del municipio de Bucaramanga.
- Identificar el mercado potencial y objetivo de la zona de Cabecera del Llano del municipio de Bucaramanga conformada por los trabajadores del sector público y privado y población en general para determinar el nivel de aceptación del restaurante de comida corriente con sala de descanso.
- Realizar un estudio de la demanda para conocer si los empleados del sector público, privado y población en general están dispuesto a utilizar el servicio de un restaurante de comida corriente con sala de descanso.

- Hacer un análisis de almuerzos corrientes, ejecutivos y a la carta que existen en el mercado y diseñar las estrategias de fijación de precios.
- Analizar la oferta de restaurantes que operan en el sector de Cabecera del Llano del municipio de Bucaramanga identificando debilidades, amenazas o fortalezas que permitan conocer el comportamiento de la competencia.
- Identificar los canales de distribución y comercialización apropiados para el tipo de clientes para un restaurante de comida corriente con sala de descanso.
- Plantear las estrategias de publicidad y promoción necesarias para el posicionamiento adecuado del restaurante de comida corriente con sala de descanso dentro del mercado local de Cabecera del Llano del municipio de Bucaramanga.

2.2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO/SERVICIO

2.2.1. Definición.

El restaurante de comida corriente tiene como principal característica que es el único restaurante ubicado en el sector de Cabecera del Llano del municipio de Bucaramanga, que cuenta con el servicio de sala de descanso diseñada con cómodas hamacas, muebles reclinables, televisor y ambiente musical, cuya mejor mezcla es la salud y el buen sabor, sino que además es un espacio para relajarse en ese corto tiempo que se emplea para su alimentación. Esa hora al medio día es una experiencia balanceada, un descanso visual, auditivo y alimentario, con sus tonos suaves, su tranquila música, en los se puedan descansar.

Ofrece también una comida balanceada de manera que pueda ser consumido por personal de cualquier edad sin que ello implique mayores inconvenientes para su salud.

Usos y especificaciones. Los trabajadores de la zona de Cabecera del Llano de municipio de Bucaramanga tiene la oportunidad de beneficiarse con un restaurante de almuerzo corriente con sala de descanso, el cual suministra comida balanceada ofreciendo minutas diarias expuestas con anterioridad en cuanto gusto, preferencias y necesidades, con sus expectativas de orden nutricional, proteínas, bajo en grasa, azúcares, con un horario de 11 a.m. a 2 p.m. de lunes a sábado, con diferentes menús.

2.2.2. Productos sustitutos. Como productos sustitutos o similares se encuentran en el mercado de restaurantes: Restaurantes de comida rápida: que ofrecen hamburguesa, perros caliente. El restaurante de comida ejecutiva que ofrecen platos a la carta. Hoteles con restaurante que brindan comidas y servicio de hospedaje y cafeterías ya sea en establecimientos o ambulantes situadas alrededor del restaurante, igualmente para las personas que van a sus casas serían los almuerzos preparados por la familia.

2.2.3. Productos complementarios. El restaurante de comida corriente cuenta como servicio complementario con una sala de descanso diseñada con cómodas hamacas, muebles reclinables, televisor, gimnasia pasiva, masajes relajantes y ambientación musical, donde los clientes se sientan como en casa y puedan disfrutar y degustar tranquilamente los alimentos de su agrado y estar menos preocupados por el corto tiempo del medio día para retornar a sus sitios de trabajo.

2.2.4. Atributos diferenciadores. El restaurante de comida corriente contará con una sala de descanso diseñada con hamacas, sillas reclinables, televisor y

ambiente musical para que los clientes puedan degustar la variedad de menús y disfrutar de un ambiente cómodo en las horas del medio día.

En la actualidad los restaurantes no cuenta con un espacio dentro de sus instalaciones con estas característica y solo se dedican a la actividad de su objeto social que es la venta de almuerzos corrientes, servicio rápido para hacer que el cliente desocupe el lugar en el menor tiempo posible para darle la oportunidad a otra persona, dejando de lado el prestar un servicio agradable, cómodo y con toda la atención que el cliente se merece.

También contará con la capacitación permanente del personal frente al: Manejo y manipulación y conservación de alimentos, técnicas de almacenamiento y en general los demás requisitos en la elaboración de productos alimenticios con el fin de garantizar la salud del consumidor final.

La adecuada disposición de los residuos sólidos y orgánicos generados por el restaurante. Que vayan en pro del mantenimiento y preservación del medio ambiente.

En cuanto a la administración, un sistema de reclutamiento y selección del personal riguroso para contar con un equipo humano idóneo para la prestación de cada uno de los servicios.

2.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1. Mercado potencial.

Se elige como mercado potencial a la población y trabajadores de las empresas de Cabecera del Llano del municipio de Bucaramanga. Comuna XII 31.970⁸

2.3.2. Mercado objetivo.

Como segmento a investigar se toma los trabajadores de las empresas que se encuentran en la comuna XII del municipio de Bucaramanga mercado objetivo las 2260 trabajadores del sector de Cabecera del Llano que se cuentan, Distribuidas de la siguiente forma.⁹.

Cuadro 1. Empresas sector Cabecera

EMPRESA	NUMERO DE TRABAJADORES
Laboratorio	56
Clínicas	204
Comercializadoras	54
Bolsas de empleo	408
Firmas contratista	66
Almacenes de cadena	868
Servicios	69
EPS	218
Fotografías	31
Bancos	153
Joyería	33
Juguetería	43
Cacharrerías	36
Consignatarias	20

Fuente: Cámara de Comercio de Bucaramanga.12/09/2008

⁸ <http://www.dane.gov.co/>

⁹ Cámara de Comercio de Bucaramanga.12/09/2008

2.4. LA DEMANDA

2.4.1. Investigación de mercados

- **Planteamiento del problema.** En Bucaramanga en el sector de Cabecera del Llano existen, restaurantes mediano, informal y de ambiente familiar cuya especialidad es el almuerzo corriente, restaurante de comida rápida (hamburguesas, perros salchipapa, pollo frito, arepas rellenas etc.) , fino o tipo Gourmet especializados en carnes (punta de anca, pollo al vino, carne en salsa de champiñones, típicos), de comida China (arroz chino) de los cuales cuentan con una variedad en su menú con precios elevados ó de acuerdo las condiciones socioeconómicas de los trabajadores y la población en general los cuales utilizan diferentes maneras de venta como son servicio a domicilio, promociones, descuentos buscando mejorar el consumo de alimentos balanceados que no cuentan con un programa que capaciten y oriente a los propietarios de restaurantes de la ciudad sobre el uso, intercambio y diseño de menús saludables; por el contrario la carta de almuerzos en la ciudad se diseñan de acuerdo a la experiencia, conocimientos y revisión bibliográfica de los propietarios de estos establecimientos y así buscar su posicionamiento en el mercado¹⁰.
- El propósito es medir las costumbres, gustos, necesidades, preferencias, nivel de aceptación y actitud de compra de dichas instituciones frente al servicio de administración de restaurante para los trabajadores de las empresas y población en general, que permita reunir elementos de juicio confiables, minimizando el riesgo e incertidumbre sobre la viabilidad comercial del proyecto en el mercado objetivo analizado.

¹⁰ www.portafolio.com.co/economía/economiahoy. Recuperado abril del 2009 menús saludables.

- **Necesidades de información.** Para el cumplimiento del objetivo de la investigación de mercados se tendrá en cuenta reunir la siguiente información. (Véase cuadro 1)

PARA LA DEMANDA

- Conocer cuántos trabajadores de las empresas y población en general del Sector de Cabecera del Llano del Municipio de Bucaramanga que requiere el servicio de restaurante de comida corriente y sala de descanso.
- Saber los comportamientos y costumbres de los trabajadores de las empresas y población en general frente a la factibilidad de Restaurantes de comida corriente con sala de descanso en el sector de Cabecera de Llano del Municipio de Bucaramanga.
- Determinar las preferencias y necesidades de la población objeto de la investigación.
- Establecer la demanda potencial, efectiva e insatisfecha, por parte de los trabajadores y población en general de la factibilidad de un Restaurante de Comida Corriente con sala de Descanso.
- Realizar un análisis de precios de los servicios de Restaurante de Comida Corriente con Sala de Descanso objeto del presente estudio.
- Medir el grado de aceptación e intereses del servicio de Restaurante de Comida Corriente con Sala de Descanso.

PARA LA OFERTA:

- Determinar el número de restaurantes que existen en el sector de Cabecera del Llano del Municipio de Bucaramanga.
- Saber que tipo de alimentación están ofreciendo los restaurantes y hoteles del Sector de Cabecera del Llano del Municipio de Bucaramanga.
- Medir el grado de participación que tienen las empresas oferentes en el sector de cabecera del llano de Cabecera del Llano

- Identificar las Fortalezas y debilidades de participación de las empresas oferentes.
- Conocer la variación de los menús en los últimos años.

Cuadro 2. Ficha técnica

Tipo de investigación	Exploratoria: el cual se fundamenta a través de fuentes secundarias de información, retomadas de expertos, clientes, competencia, revistas, libros. Referencias bibliográficas e Internet, información Cámara de Comercio y el DANE, entre otras. Descriptiva: porque se hizo necesario ampliar y profundizar sobre la situación problemática, acudiendo a instrumento de medición, como encuestas, a través de un cuestionario estructurado, entrevista, tanto a consumidores potenciales, con el propósito de recoger información relevante en cuanto determinar la demanda insatisfecha sobre la Factibilidad de un de restaurante de comida corriente con sala de descanso.
Método de investigación	Observación y análisis, Para la investigación planteada se acudió al método de observación y análisis, para la oferta: síntesis y concluyente para la demanda, ya que al utilizar una investigación de mercados, se hace necesario recoger información, analizar y concluir sobre las relaciones de interés que enmarca la determinación de las variables mercadotécnicas.

Fuentes de información	Primarias: Encuestas a la población en general de la zona de cabecera del llano del municipio de Bucaramanga. Secundarias. Información extractada de Proyectos de factibilidad, relacionadas con la creación de restaurantes, documentación y libros sobre alimentos, y conceptualización general en la Preparación y elaboración de proyectos de inversión, cámara de Comercio sobre estadísticas generales del número de establecimientos, DANE, bibliotecas, consultas en Internet sobre Restaurantes líderes en lo concerniente a la administración de servicios de administración de restaurantes.
Técnicas de recolección de información	Encuesta: Se utilizó las encuestas en primer lugar va dirigido a la población de la zona de Cabecera del Llano del Municipio de Bucaramanga.
Instrumento	Cuestionarios estructurados.
Modo de Aplicación	En forma directa aplicada a la población de la zona de Cabecera del Llano del Municipio de Bucaramanga.
Definición de población (elemento unidad de muestral)	Elemento muestral: Trabajadores públicos y privados del sector del Sector de Cabecera del Llano del Municipio de Bucaramanga. Unidad muestral: Empresas ubicadas en el Sector de Cabecera del Llano del Municipio de Bucaramanga.
	Calculo de la muestra, se utilizará la formula de muestreo aleatorio simple; con un margen de error del 5% y un nivel de confianza de 95%.

	N. Z² (p.q) n = ----- e²(N-1) + Z² (P.q) Donde: n =? N= 2214 e =5% 1- ∞ = 0.95-Z= 1.96 P = 0.5 Q = 0.5 2214 (1.96)² (0.5x0.5) n = ----- = 328 0.05)² (2214-1) + (1.96)² (0.5x0.5)		
Marco muestral:	Entidades Laboratorio Clínicas Comercializadoras Bolsas de empleo Firmas contratistas Almacenes de cadena Servicios EPS Fotografías Bancos Joyerías Jugueterías Chacharerías Consignatarias TOTAL	Población 56 204 54 408 66 868 69 218 31 153 33 43 36 20 2260	Muestra 8 30 8 59 10 126 10 32 4 22 5 6 5 3 328

Alcance:	Para la presente investigación de mercados se tendrá en cuenta los trabajadores de las empresas y población en general de la Zona de Cabecera del Municipio de Bucaramanga comprendidas en Cabecera del Llano, Sotomayor, Antiguo Campestre, Bolarquí, Mercedes, Puerta del Sol, Conucos, El Jardín, Pan de Azúcar, Los Cedros, Terrazas, La Floresta.
Tiempo de aplicación:	El periodo de tiempo de aplicación de la encuesta será de aproximadamente 20 días, contados a partir de la iniciación de la ejecución del proyecto.

Fuente: Autoras del proyecto.

➤ **TABULACIÓN, ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.**

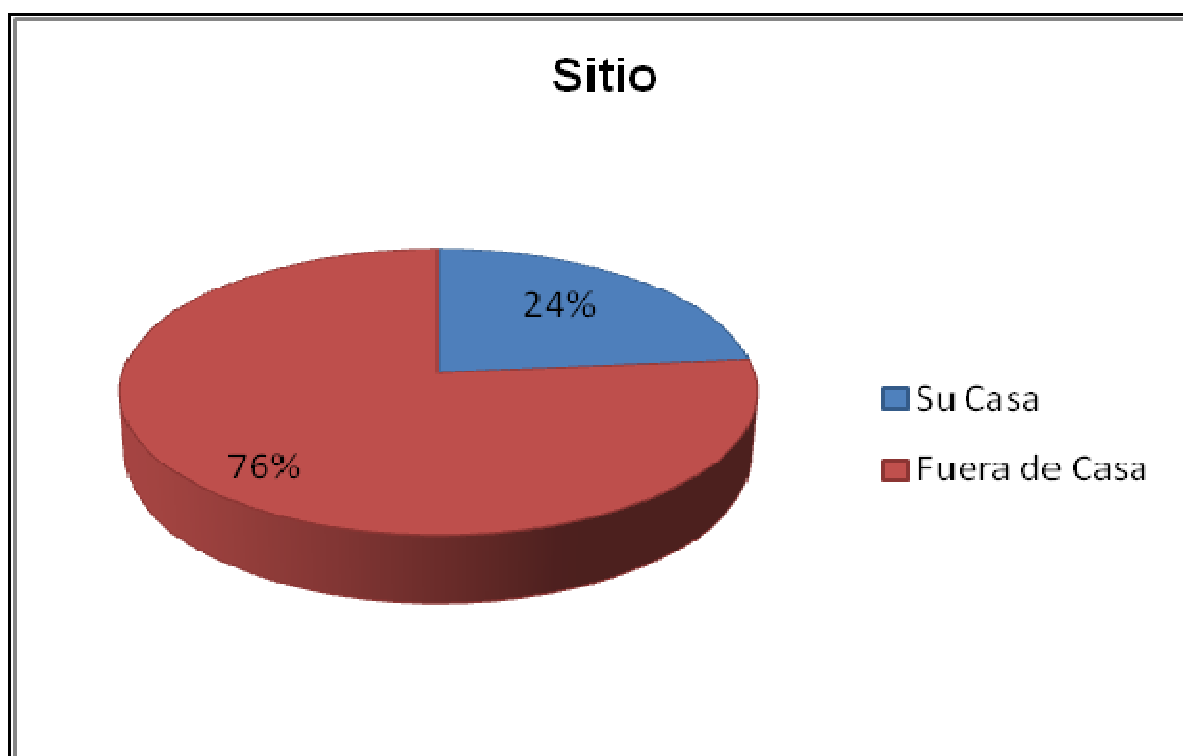
PREGUNTA 1. ¿En la actualidad en dónde acostumbra almorzar?

Cuadro 3. Sitio donde acostumbra almorzar

Sitio	Población	%
Su Casa	78	24
Fuera de Casa	250	76
Total	328	100

Fuente: Autoras del proyecto.

Figura 2. Sitio donde acostumbra almorzar



Fuente: Autoras del proyecto.

Análisis

El resultado de este indicador muestra que la población de Cabecera del Llano el 76% acostumbra a almorzar fuera de casa porcentaje favorable para el proyecto. Tan solo el 24% manifestaron que si va a su casa. (Véase cuadro 3, figura 2).

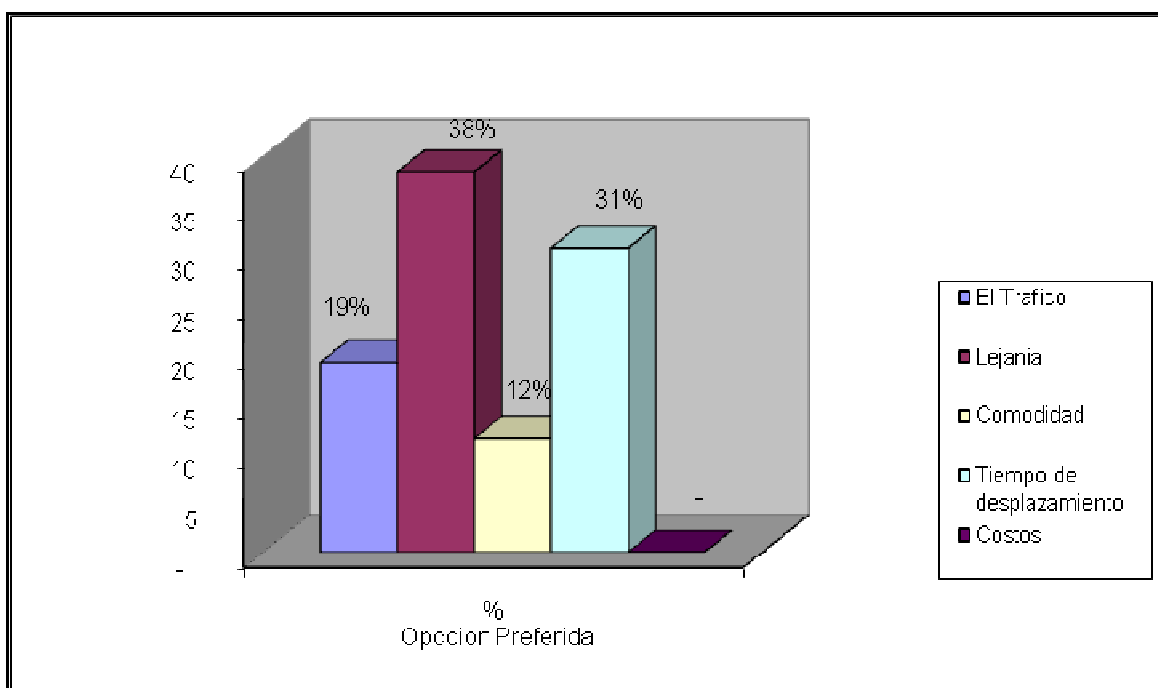
PREGUNTA 2. ¿Por qué acostumbra almorzar fuera de casa?

Cuadro 4. Razones por las cuales almuerza fuera de casa

Razón	Población	%
El tráfico	47	19
Lejanía	95	38
Comodidad	30	12
Tiempo de desplazamiento	78	31
Costos	0	-
Total	250	100

Fuente: Autoras del proyecto.

Figura 3. Razones por las cuales almuerza fuera de casa



Fuente: Autoras del proyecto.

Análisis

El resultado de este indicador muestra que la población de la Comuna XII de Cabecera del Llano, el 38% almuerza fuera de casa por la lejanía, el 31% por tiempo de desplazamiento, 19% por el tráfico y 12% por comodidad, siendo favorable para el proyecto.(Véase cuadro 4, figura 3).

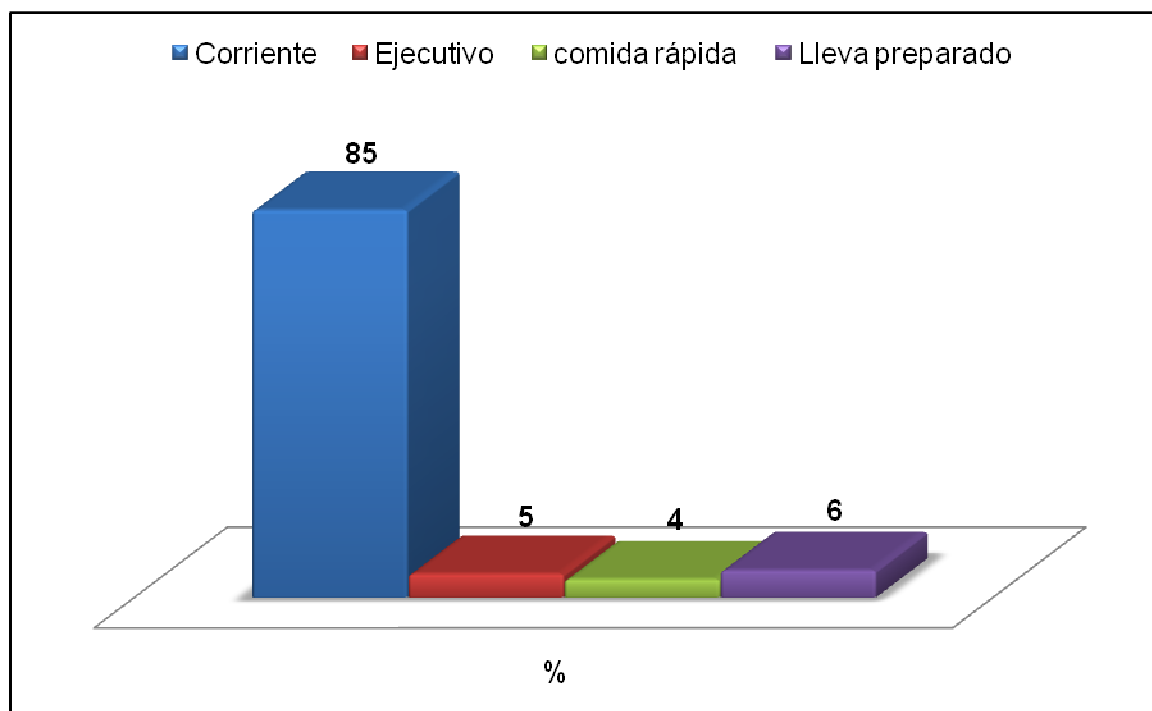
PREGUNTA 3. ¿Qué tipo de almuerzo acostumbra a consumir?

Cuadro 5. Tipo de almuerzo que acostumbra a consumir

Tipo de almuerzo	Población	%
Corriente	212	85
Ejecutivo	13	5
Comida rápida	10	4
Lleva preparado	15	6
Total	250	100

Fuente: Autoras del proyecto.

Figura 4. Tipo de almuerzo que acostumbra a consumir



Fuente: Autoras del proyecto.

Análisis

El tipo de alimentación que viene consumiendo los trabajadores encuestados del sector de Cabecera del Llano, que almuerzan por fuera de casa, el 85% representa clientes que consumen almuerzo corriente, el 5% representa almuerzo ejecutivo y el 6% restante lleva preparado. (Véase cuadro 5, figura 4).

PREGUNTA 4. ¿Cuánto acostumbra a pagar en la actualidad por almuerzo?

Cuadro 6. Precio promedio por almuerzo corriente

Corriente	Precio	Respuestas	Precio promedio
	4.000	59	236.000
	4.500	144	648.000
	5.000	9	45.000
	Total	212	929.000
			4.382

Fuente: Autoras del proyecto.

Cuadro 7. Precio promedio por almuerzo ejecutivo

Ejecutivo	Precio	Respuestas	Precio promedio
	5.500	6	33.000
	6.000	3	18.000
	6.500	2	13.000
	7.000	1	7.000
	7.500	1	7.500
	Total	13	71.000
			5.462

Fuente: Autoras del proyecto.

Cuadro 8. Precio promedio por comida rápida.

Comida rápida	Precio	Respuesta	Precio promedio
	4.000	1	4.000
	4.500	4	18.000
	5.000	2	22.000
	5.500	2	11.000
	6.000		-
	6.500		-
	7.000	1	7.000
	Total	10	55.000
			5.500

Fuente: Autoras del proyecto.

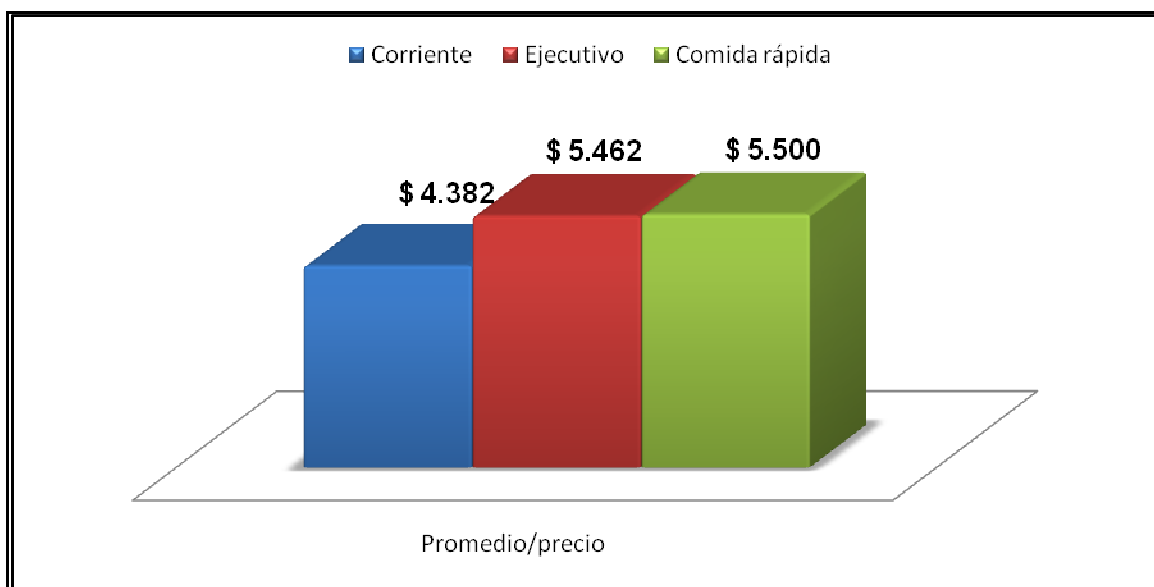
Cuadro 9. Precio promedio por tipo de comida

Comida	Promedio/precio
Corriente	4.382
Ejecutivo	5.462
Comida rápida	5.500

Fuente: Autoras del proyecto.

Como se observa, una vez tabulada las diferentes respuestas por cada tipo de almuerzo, se logro condensar y resumir que en promedio los trabajadores pagan por almuerzo corriente \$4.382, por un almuerzo ejecutivo \$5.462 y de una comida rápida \$5.500. (Véase figura 6)

Figura 5. Precio promedio por tipo de comida



Fuente: Autoras del proyecto.

Análisis

Del total de trabajadores que almuerzan por fuera de casa, y que consumen un almuerzo corriente, han pagado en promedio por el un total de \$4.382, para los que prefieren un plato ejecutivo un promedio de \$5.462. Los que eligen comida rápida pagan en promedio \$5.500 (Véase cuadro 9, figura 5).

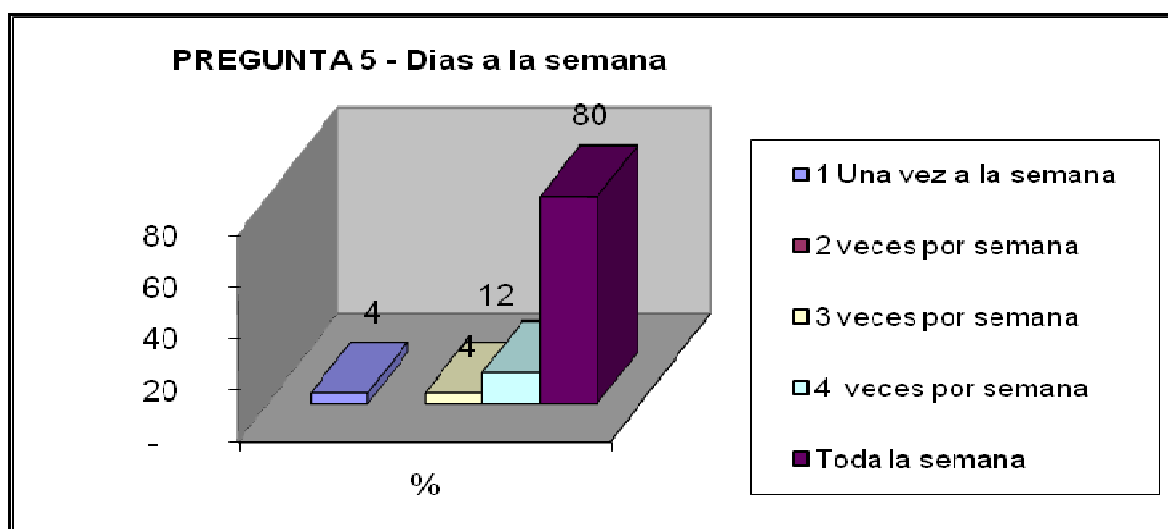
PREGUNTA 5. ¿Cuántos días a la semana acostumbra almorzar por fuera de casa?

Cuadro 10. Días a la semana que acostumbra almorzar por fuera.

Presentación	Respuestas	%
1 Una vez a la semana	10	4
2 Veces por semana		
3 Veces por semana	10	4
4 Veces por semana	30	12
Toda la semana (Lunes a Sábado)	200	80
Total	250	100

Fuente: Autoras del proyecto.

Figura 6. Días a la semana que acostumbra almorzar por fuera.



Fuente: Autoras del proyecto.

Análisis

El resultado de este indicador muestra que 80% de los trabajadores de sector de Cabecera del Llano almuerzan toda la semana fuera de casa siendo favorable al proyecto, sin embargo la aceptación cuatro veces a la semana es también considerable, representada en un 12%. (Véase cuadro 10, figura 6).

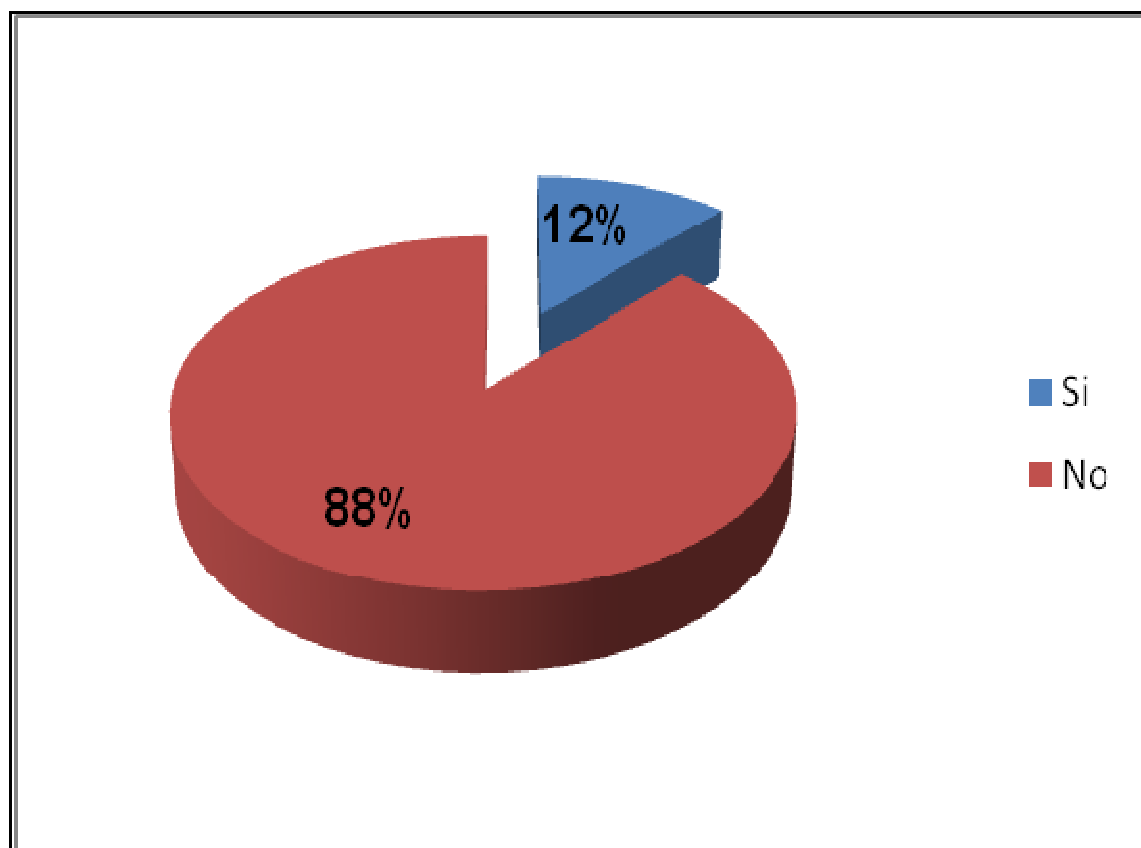
PREGUNTA 6. ¿En los establecimientos en los cuales acostumbra almorzar existe un sitio destinado para el descanso?

Cuadro 11. Concepto sobre si existe un sitio destinado para el descanso.

Concepto	Respuestas	%
Si	30	12
No	220	88
Total	250	100

Fuente: Autoras del proyecto.

Figura 7. Concepto sobre si existe un sitio destinado para el descanso.



Fuente: Autoras del proyecto.

Análisis

El resultado de este indicador muestra que en el sector de Cabecera del Llano no existe un sitio destinado para el descanso de los trabajadores, demostrado con un 88% siendo favorable al proyecto. (Véase cuadro 11, figura 7).

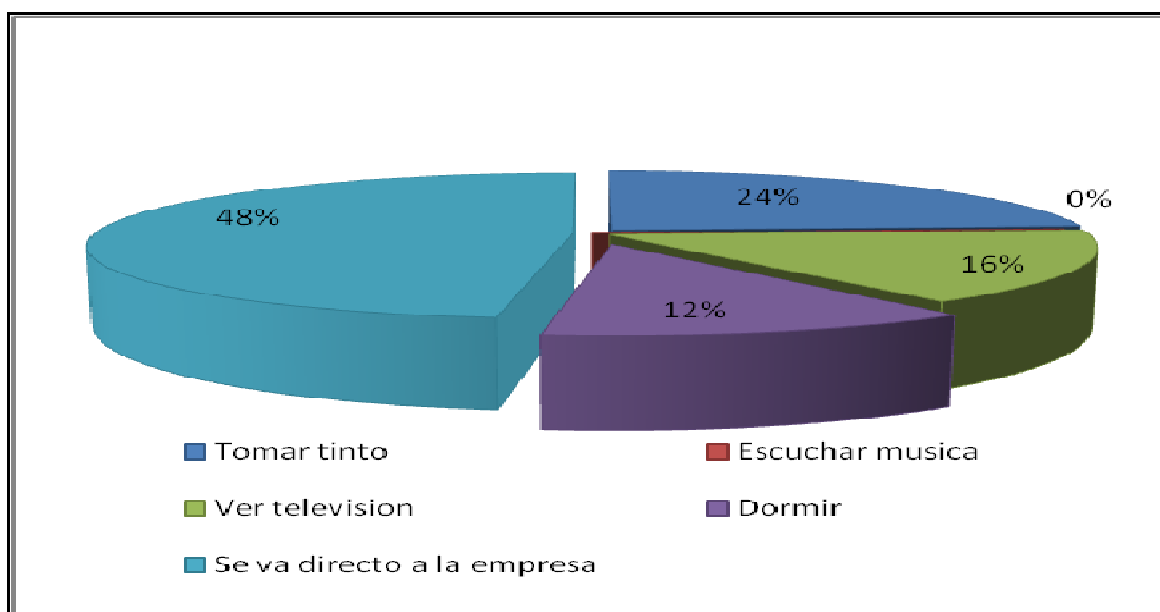
PREGUNTA 7. ¿Qué actividades desarrolla después del almuerzo?

Cuadro 12. Actividades que desarrolla después del almuerzo.

Actividad	Respuestas	%
Tomar tinto	60	24
Escuchar música	0	-
Ver televisión	40	16
Dormir	30	12
Se va directo a la empresa	120	48
Total	250	100

Fuente: Autoras del proyecto.

Figura 8. Actividades desarrolla después del almuerzo.



Fuente: Autoras del proyecto.

Análisis

El resultado de este indicador muestra que el 48% se va directo a la empresa y el resto realiza diferentes actividades, siendo favorable al proyecto, donde se logre integrar en el mismo sitio de descanso, todo con el ánimo de atraer y retener los clientes conformes y satisfechos. (Véase cuadro 12, figura 8).

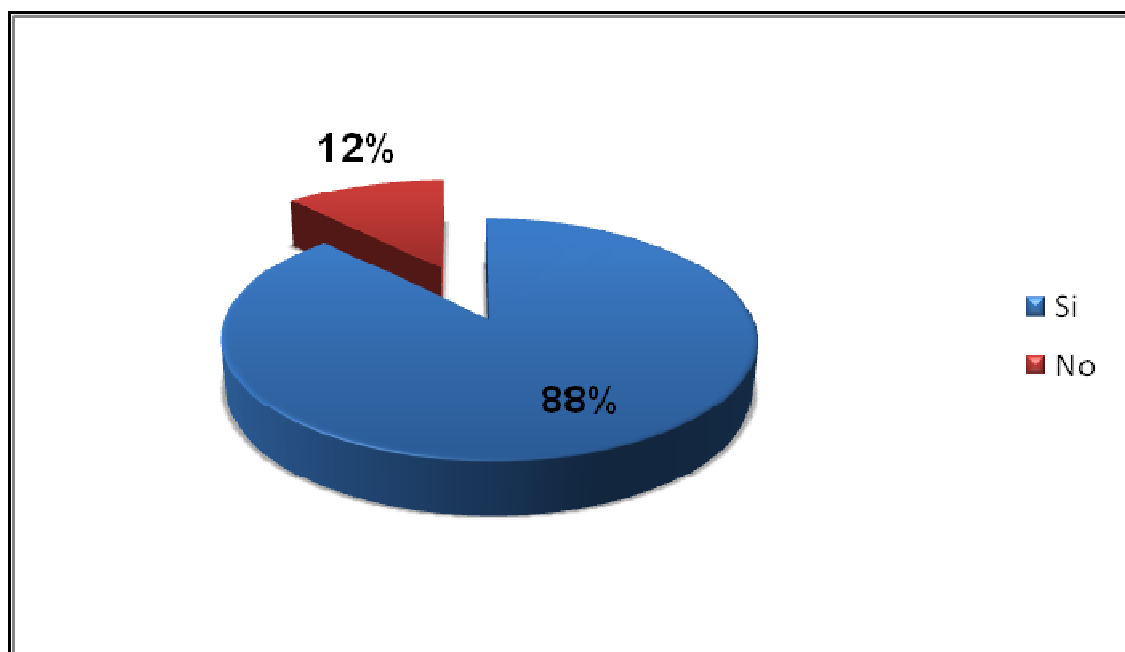
PREGUNTA 8. ¿Estaría usted de acuerdo con la creación de un restaurante de comida corriente con sala de descanso?

Cuadro 13. Concepto sobre la creación de un restaurante con sala de descanso

Concepto	Respuestas	%
Si	220	88
No	30	12
Total	250	100

Fuente: Autoras del proyecto.

Figura 9. Concepto sobre la creación de un restaurante con sala de descanso



Fuente: Autoras del proyecto.

Análisis

El resultado de este indicador muestra que la población de Cabecera del Llano que el 88% de la población estaría de acuerdo con la creación de un restaurante de comida corriente con sala de descanso, siendo favorable al proyecto. (Véase cuadro 13, figura 9).

PREGUNTA 9. ¿Estaría dispuesto a ir a un restaurante de comida corriente con sala de descanso?

Cuadro 14. Concepto sobre si estaría dispuesto ir a un restaurante de comida corriente con sala de descanso.

Concepto	Respuestas	%
Si	220	100
No	0	0
Total	220	100

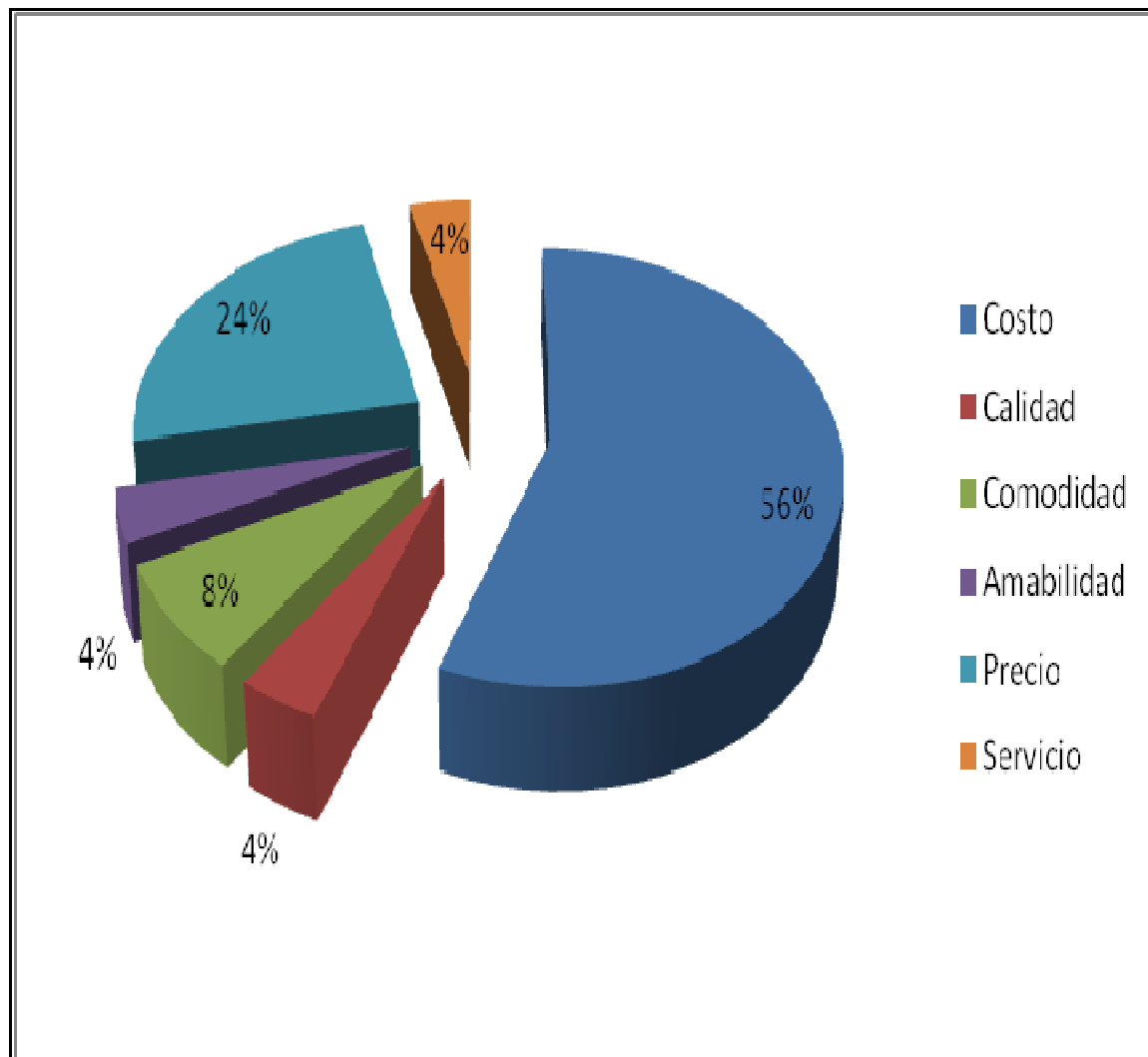
Fuente: Autoras del proyecto.

Cuadro 15. Condiciones para ir a un restaurante de comida corriente con sala de descanso.

Condición	Respuestas	%
Cercanía	123	56
Calidad	9	4
Comodidad	18	8
Amabilidad	9	4
Precio	52	24
Servicio	9	4
Total	220	100

Fuente: Autoras del proyecto.

Figura 10. Condiciones para ir a un restaurante de comida corriente con sala de descanso



Fuente: Autoras del proyecto.

Análisis

Para el 56% de la población trabajadora de la zona de Cabecera del Llano, que almuerza fuera de casa y está interesado a ir a un almuerzo con sala de descanso, manifiestan que la principal condición es que sea cercano o céntrico a la ubicación de su trabajo. Se observa que para que el proyecto sea viable, se

debe competir con un costo favorable y variar menús para garantizar excelente calidad del producto. (Véase cuadros 14 y 15, figura 10).

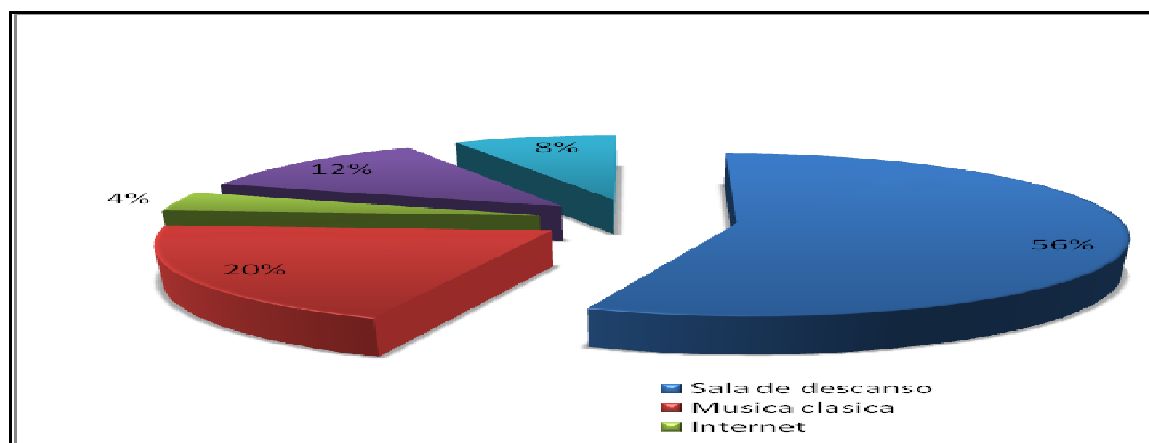
PREGUNTA 10 ¿Qué servicios adicionales le gustaría que tuviera el nuevo restaurante?

Cuadro 16. Servicios adicionales que le gustaría que tuviera el nuevo restaurante.

Factor	Respuestas	%
Sala de descanso	123	56
Música clásica	44	20
Internet	9	4
Televisión	26	12
Servicio a domicilio	18	8
Total	220	100

Fuente: Autoras del proyecto.

Figura 11. Servicios adicionales que le gustaría que tuviera el nuevo restaurante.



Fuente: Autoras del proyecto.

Análisis

El 56% de los trabajadores de la zona de Cabecera del Llano de Bucaramanga, reafirman la necesidad de que el servicio adicional, sea cómodo acogedor y principalmente que ofrezca un servicio adicional, como lo es la sala de descanso, reafirmando el objeto del presente proyecto. (Véase cuadro 16, figura 11).

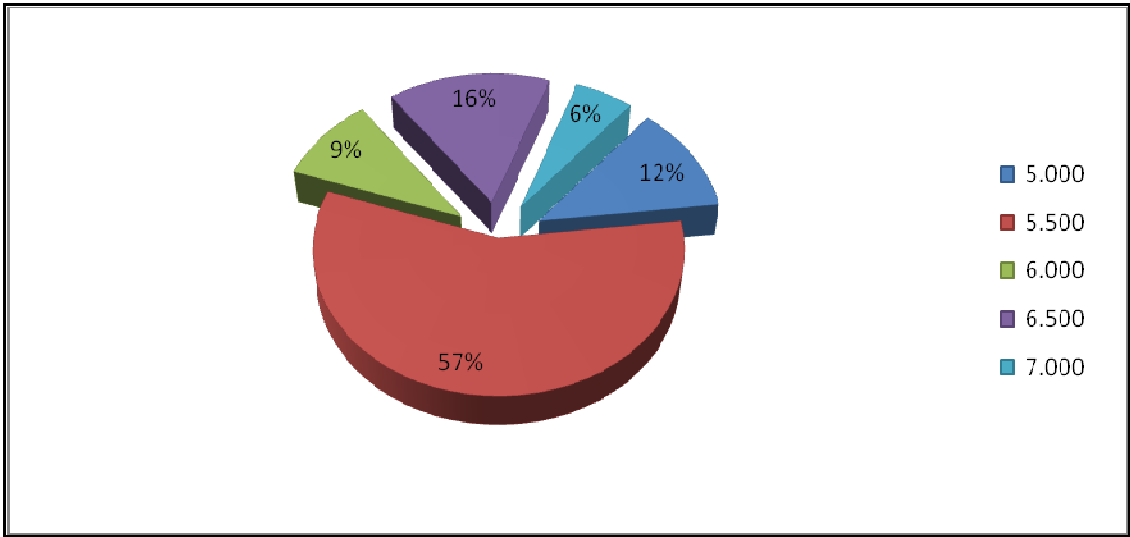
PREGUNTA 11 ¿Bajo esas condiciones cuanto estaría dispuesto a pagar por el almuerzo y el servicio adicional?

Cuadro 17. Cuanto estaría dispuesto a pagar por el almuerzo y el servicio adicional.

Precio	N. de Respuestas	Total	%
5.000	30	150.000	12
5.500	130	715.000	57
6.000	20	120.000	10
6.500	30	195.000	16
7.000	10	70.000	6
Total	220	1.250.000	100

Fuente: Autoras del proyecto.

Figura 12. Cuanto estaría dispuesto a pagar por el almuerzo y el servicio adicional.



Fuente: Autoras del proyecto.

Análisis

El 57% de la población del sector de Cabecera del Llano, que acostumbra almorzar fuera de casa, y esta dispuesto adquirir los servicios del nuevo restaurante con sala de descanso, manifiesta que estaría dispuesta adquirir el servicio adicional por \$5.500, sin embargo el promedio estimado esta en promedio de \$5.682, Lo cual es una base para ser competitivos, siempre y cuando se tengan en cuenta los costos y gastos fijando una estrategia de precios razonable y justa para los futuros clientes. (Véase cuadro 17, figura 12).

2.4.2. Estimación de la demanda.

Según la información recopilada en el trabajo de campo realizado a los trabajadores de las empresas del sector de Cabecera del Llano de Bucaramanga, se encontró:

Partiendo de los datos estimados de la población o trabajadores del año 2009, se extrapola la demanda total, basados en los resultados del trabajo de campo realizado de la siguiente manera: Del total de 2.260 trabajadores que laboran en las empresas del sector de cabecera, el 76% de ellos almuerza fuera de casa, de los cuales el 94% prefiere comprar, el restante 6% lleva preparado.

Del total 1614 de personas que compran los almuerzos el 90.2% consume corrientes un 5.5% ejecutivos y un 4.3% comida rápidas.

Con el dato anterior multiplicado por la frecuencia de consumo semanal se calcula la demanda total de almuerzos que compran en la actualidad (véase cuadro 18 al 21)

Cuadro 18. Demanda de almuerzos corrientes.

Frecuencia	Personas	%Frecuencia	Total personas	Días de la semana	semanas al año	Total
1 vez a la semana	1456	4	58	1	52	3.029
2 veces a la semana	1456	0		2	52	0
3 veces a la semana	1456	4	58	3	52	9.087
4 veces a la semana	1456	12	175	4	52	36.350
Toda la semana	1456	80	1.165	6	52	363.497
Total			1.456			411.963

Fuente: Autoras del proyecto.

Cuadro 19. Demanda de almuerzos ejecutivos

Frecuencia	Personas	%Frecuencia	Total personas	Días de la semana	Semanas al año	Total
1 vez a la semana	89	4	4	1	52	185
2 veces a la semana	89	0	-	2	52	0
3 veces a la semana	89	4	4	3	52	554
4 veces a la semana	89	12	11	4	52	2.216
toda la semana	89	80	71	6	52	22.164
			89			25.120

Fuente: Autoras del proyecto.

Cuadro 20. Comida rápida

Frecuencia	Personas	%Frecuencia	Total personas	Días de la semana	Semanas al año	Total
1 vez a la semana	69	4	3	1	52	144
2 veces a la semana	69	0	-	2	52	0
3 veces a la semana	69	4	3	3	52	433
4 veces a la semana	69	12	8	4	52	1.733
toda la semana	69	80	56	6	52	17.329
			69			19.639

Fuente: Autoras del proyecto.

Cuadro 21. Demanda total

Tipo de almuerzo	Personas	Total almuerzos
Corriente	1.456	411.963
Ejecutivo	89	25.120
Comida rápida	69	19.639
Total	1.614	456.722

Fuente: Autoras del proyecto.

Para calcular la demanda efectiva es decir el total de personas que estarían dispuestos a ir y comprar a la nueva unidad de negocio restaurante con sala de descanso en la zona de Cabecera del Llano del municipio de Bucaramanga y tomando en referencia el procedimiento anterior se logró precisar que el 88% de ellos adquirirían el servicio. (Véase cuadro 22)

Cuadro 22. Demanda efectiva

Tipo de almuerzo	Personas	Total almuerzos
Corriente	1.282	362.528
Ejecutivo	78	22.105
Comida rápida	61	17.282
Total	1.421	401.916

Fuente: Autoras del proyecto.

2.4.3. Evolución histórica de la demanda.

Para determinar la evolución histórica de la demanda del servicio de restaurantes para el sector de cabecera se analizaron los siguientes parámetros. (Véase cuadro 23)

Cuadro 23. Número de trabajadores en la Zona de Cabecera del Llano del municipio de Bucaramanga durante los años 2004 al 2008.¹¹

AÑOS	X-Promedio de X	Y	(X^2)	XY	(Y^2)
AÑO 2004	-2	1563	4	-3126	2.442.969
AÑO 2005	-1	1742	1	-1742	3.034.564
AÑO 2006	0	1674	0	0	2.802.276
AÑO 2007	1	1969	1	1969	3.876.961
AÑO 2008	2	2214	4	4428	4.901.796
Sumatorias		9162	10	1529	17.058.566

Fuente* <http://www.camaradecomercio.gov.co>

Se tienen en cuenta las siguientes formulas.

¹¹ . <http://www.camaradecomercio.gov.co>

$$m = \frac{\frac{\sum XY - \frac{\sum X \cdot \sum Y}{n}}{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}}{\frac{\sum Y - m \sum X}{n}}$$

Remplazando:

$$m = \frac{1529}{10} = 153 \qquad b = \frac{9162 - 153 \times 0}{5} = 1801$$

2.4.4. Proyección de la demanda.

Se plantea la proyección del proyecto para los próximos 5 años, se tiene en cuenta que los clientes potenciales tendrían el apoyo publicitario y de mercadeo. (Véase cuadro 24)

Cuadro 24. Demanda proyectada a cinco años.

AÑO	X
2009	3
2010	4
2011	5
2012	6
2013	7

Fuente: Autoras del proyecto.

Proyectando según formula.

$$Y = mx + b$$

En el cuadro 25 indica que la demanda durante los cinco años tendrá un aumento constante, lo cual es beneficioso para el nuevo restaurante y promete un buen campo de acción, el prestar este servicio se muestra competitivo y retador.

Cuadro 25. Comportamiento de la demanda.

AÑO	Formula	Proyección
2009	153 (3) + 1801	2260
2010	153 (4) + 1801	2413
2011	153 (5) + 1801	2566
2012	153 (6) + 1801	2719
2013	153 (7) + 1801	2872

Fuente: Autoras del proyecto.

Cuadro 26. Comportamiento de la demanda total proyectada.

Tipo de almuerzo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Corriente	411.963	439.853	467.743	495.632	523.522
Ejecutivo	25.120	26.820	28.521	30.221	31.922
Comida rápida	19.639	20.969	22.298	23.628	24.957
Total	456.722	487.642	518.562	549.481	580.401

Fuente: Autoras del proyecto.

Para determinar la demanda efectiva se parte del resultado del trabajo de campo donde el 88% de los trabajadores de Cabecera del Llano, estarían de acuerdo y dispuesto a ir y adquirir los servicios del nuevo restaurante de comida corriente con sala de descanso.

Cuadro 27. Demanda efectiva proyectada

Tipo de almuerzo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Corriente	362.528	387.071	411.613	436.156	460.699
Ejecutivo	22.105	23.602	25.098	26.595	28.091
Comida rápida	17.282	18.452	19.622	20.792	21.962
Total	401.916	429.125	456.334	483.544	510.753

Fuente: Autoras del proyecto.

2.5. LA OFERTA

2.5.1. Situación actual de la competencia.

Actualmente según el directorio telefónico y Cámara de Comercio de Bucaramanga, cubren el mercado de Cabecera del Llano treinta y cinco (35) empresas que ofrecen almuerzos.

Algunos de ellos venden su producto a domicilio con su propio nombre. Estos productos se ofrecen en distintas presentaciones: mini almuerzo, corriente, ejecutivo, a la carta, comidas rápidas, platos típicos.

Los almuerzos de mayor consumo son los almuerzos ejecutivos y corrientes que vienen con una minuta expuesta con anticipación que comprende sopas, carnes, verdura, y granos con un jugo de alguna fruta como maracuyá, guanábana y piña entre otras.

Para el caso de restaurantes con sala de descanso no se tiene competidores por lo cual no se presenta oferta en la región. Sólo productos que ofrecen almuerzos como:

RESTAURANTE BAR SANTOTOMAR: Ubicado en la cra 33 N. 36- 57, ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 4.500 el cual tiene una capacidad de 20 mesas con 80 sillas.

- Debilidad: No tiene servicio a domicilio.
- Fortaleza: Posee una gran variedad de Menús.

SANDWICH CUBANO: Ubicado en la cra: 33 N.47 -87 ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 7.000 el cual tiene una capacidad de 40 mesas con 160 sillas, los pagos se realizan en efectivo y con tarjetas de crédito además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: No posee parqueadero.
- Fortaleza: Manejan tarjeta de crédito

LA SASON DE LA ABUELA: Ubicado en la cra 33 N. 47 - 59 ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 6.500 el cual tiene una capacidad de 20 mesas con 80 sillas.

- Debilidad: No presenta servicio a domicilio.
- Fortaleza: Posee un menú saludable.

ANTOJITOS: Ubicado en cra la 32 N. 47 - 41 ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 7.500 el cual tiene una capacidad de 60 mesas con 240 sillas, posee servicio a domicilio.

- Debilidad: No reciben tarjeta de crédito.
- Fortaleza: Poseen servicio a domicilio.

SON Y SABOR: Ubicado en cra la 33 N. 47 - 33 ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 5.000 el cual tiene una capacidad de 22 mesas con 88 sillas, posee servicio a domicilio.

- Debilidad: La capacidad instalada es muy pequeña.
- Fortaleza: Ofrecen unos precios cómodos

CAFÉ WINCH: Ubicado en la cra 33 N. 32 - 57 ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 7.000 el cual tiene una capacidad de 15 mesas con 60 sillas, los pagos se realizan con tarjetas de crédito además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: Capacidad instalada es muy pequeña.
- Fortaleza: Ofrecen precios cómodos.

BUDDA: Ubicado en la cra 33 con calle 41 ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 7.500 el cual tiene una capacidad de 15 mesas con 60 sillas, los pagos se realizan con tarjetas de crédito además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: El parqueadero es muy pequeño
- Fortaleza: Ofrecen variedad en el menú.

CULTURE BUFFET: Ubicado en la calle 44 N. 33- 18 ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 8.500 el cual tiene una capacidad de 60 mesas con 240 sillas, los pagos se realizan con tarjetas de crédito además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: Posee una capacidad instalada muy pequeña.
- Fortaleza: Manejan tarjeta de crédito.

PEPPER GOURMET: Ubicado en la calle 44 N. 33- 18 ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 6.500 el cual tiene una capacidad de 60 mesas con 240 sillas, los pagos se realizan en efectivo y con tarjetas de crédito además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: No poseen variedad de platos típicos de la región.
- Fortaleza: Manejan tarjeta de crédito

MAR ITALIA: Ubicado en la calle 43 N. 34 - Esq. ofrecen almuerzos ejecutivos por un valor de \$ 17.000 el cual tiene una capacidad de 12 mesas con 48 sillas, los pagos se realizan con tarjetas de crédito además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: Posee una capacidad instalada muy pequeña
- Fortaleza: Ofrece comida internacional.

MERCAGAN: Ubicado en la cra 34 N. 44 -84 ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 18.500 el cual tiene una capacidad de 150 mesas con 600 sillas, los pagos se realizan con tarjetas de crédito además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: No ofrecen precios más asequibles al consumidor.
- Fortaleza: Manejan tarjeta de crédito

RESTAURANTE Y CAFETERIA: Ubicado en la cra 33 N. 45 – 66 ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 6.500 el cual tiene una capacidad de 20 mesas con 80 sillas, los pagos se realizan en efectivo además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: No posee parqueadero.
- Fortaleza: Ofrecen servicio de cafetería.

FONDA PAISA: Ubicado en la cra 32 N. 58 - 59 ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 6.500 el cual tiene una capacidad de 30 mesas con 120 sillas, los pagos se realizan en efectivo además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: No posee parqueadero.
- Fortaleza: Ofrecen servicio a domicilio

ALMUERZOS CASERITOS: Ubicado en la cra 37 N. 36-42 ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 6.500 el cual tiene una capacidad de 20 mesas con 80 sillas, los pagos se realizan en efectivo además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: No posee parqueadero.
- Fortaleza: No manejan tarjeta de crédito.

EL GRAN BANANO PARRILLA: Ubicado en la calle 55 N. 31- 05 ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 6.000 el cual tiene una capacidad de 40 mesas con 160 sillas, los pagos se realizan en efectivo además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: No posee parqueadero.
- Fortaleza: Una atención buena.

EL GRAN HIPOTAMO: Ubicado en la cra 27 N. 18-04 ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 7.500 el cual tiene una capacidad de 80 mesas con 320 sillas, los pagos se realizan en efectivo además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: Su servicio es muy lento.
- Fortaleza: Poseen servicio de parqueadero.

GURU CAFÉ RESTAURANTE: Ubicado en la cra 29 N.42-44 ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 6.500 el cual tiene una capacidad de 20 mesas con 80 sillas, los pagos se realizan en efectivo además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: No posee servicio de parqueadero.
- Fortaleza: Ofrece servicio a domicilio.

LA COMARCA RESTAURANTE: Ubicado en la cra 33 N. 52 B 12 ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 7.500 el cual tiene una capacidad de 28 mesas con 112 sillas, los pagos se realizan en efectivo además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: Su servicio es muy lento.

- Fortaleza: Poseen servicio de parqueadero.

LUCILA RESTAURANTE: Ubicado en la calle 35 N. 33- 45 en ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$6.000 el cual tiene una capacidad de mesas con sillas, los pagos se realizan en efectivo además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: No posee parqueadero.
- Fortaleza: Ofrece una gran variedad de menús

RESTAURANTE COMIDA CHINA: Ubicado en la cra 33 N. 34 -11 ofrecen almuerzos en su especialidad arroz chino por un valor de \$ 14.000 el cual tiene una capacidad de 46 mesas con 184 sillas, los pagos se realizan en efectivo además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: No ofrece platos típicos de la región.
- Fortaleza: Posee parqueadero.

EL IMPERIO CHINO: Ubicado en la calle 52 N. 36 19 ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 14.000 el cual tiene una capacidad de 28 mesas con 112 sillas, los pagos se realizan en efectivo además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: No ofrece platos típicos de la región.
- Fortaleza: Posee parqueadero y maneja precios cómodos.

COMIDA RAPIDA EL TE ROJO: Ubicado en la calle 52 N. 11- 109 ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 15.000 el cual tiene una capacidad de 28 mesas con 112 sillas, los pagos se realizan en efectivo además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: No posee parqueadero
- Fortaleza: Ofrece una gran variedad de menús.

RESTAURANTE EL LIMONAL: Ubicado en la cra 32 N. 36 -23 ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 5.000 el cual tiene una capacidad de 35 mesas con 140 sillas, los pagos se realizan en efectivo además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: El servicio es muy lento
- Fortaleza: Posee una variedad de menús y parqueadero.

RESTAURANTE MICAELA: Ubicado en la cra 33 N. 38 -35 ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 6.500 el cual tiene una capacidad de 20 mesas con 80 sillas, los pagos se realizan en efectivo además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: posee una capacidad instalada muy pequeña
- Fortaleza: Ofrecen un gran variedad de menús.

EL CHIFLAS: Ubicado en la cra 33 N. 34 esquina. Ofrecen almuerzos ejecutivos por un valor de \$ 18.000 el cual tiene una capacidad de 55 mesas con 220 sillas, los pagos se realizan en efectivo además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: No posee precios asequibles al consumidor.
- Fortaleza: Posee parqueadero.

JOY'S GURMETH: Ubicado en la calle 44 N. 29 A 12 ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 7.500 el cual tiene una capacidad de 30 mesas con 120 sillas, los pagos se realizan en efectivo además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: La instalación es poco organizada.
- Fortaleza: Posee servicio a domicilio.

RESTAURANTE STEAK HOUSE: Ubicado en la calle 44 N. 29 A 12 ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 7.500 el cual tiene una

capacidad de 30 mesas con 120 sillas, los pagos se realizan en efectivo además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: Posee precios altos y la capacidad instalada es muy pequeña.
- Fortaleza: Posee parqueadero y servicio a domicilio.

RESTAURANTE COMARCA: Ubicado en la cra 33 N. 52 B12 ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 6.500 el cual tiene una capacidad de 22 mesas con 88 sillas, los pagos se realizan en efectivo además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: No ofrecen un plato atractivo al consumidor.
- Fortaleza: Posee parqueadero.

RESTAURANTE RICA ITALIA: Ubicado en el centro comercial de Cabecera del Llano ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 8.500 el cual tiene una capacidad de 30 mesas con 120 sillas, los pagos se realizan en efectivo además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: No esta a la vista.
- Fortaleza: Ofrece variedad de menús.

RESTAURANTE DELICIAS NATURALES: Ubicado en la cra 34 N. 52- 63 ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 5.500 el cual tiene una capacidad de 18 mesas con 72 sillas, los pagos se realizan en efectivo además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: No posee parqueadero.
- Fortaleza: Ofrecen un plato atractivo y saludable

RESTAURANTE DE COMIDA VENEZOLANA D'PRTTIS: Ubicado en la calle 56 N. 29-17 ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 8.500 el cual

tiene una capacidad de 20 mesas con 88 sillas, los pagos se realizan en efectivo además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: No ofrece platos típicos de la región.
- Fortaleza: Posee parqueadero.

AL CARBON RESTAURANTE: Ubicado en la calle 49 N. 29 -34 ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 7.500 el cual tiene una capacidad de 30 mesas con 120 sillas, los pagos se realizan en efectivo además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: El servicio no cumple con las exigencias del cliente.
- Fortaleza: Posee parqueadero.

ALMUERZOS GRUPOS MART: Ubicado en la calle 54 N.33 26 ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 8.500 el cual tiene una capacidad de 20 mesas con 80 sillas, los pagos se realizan en efectivo además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: No reciben tarjetas de crédito.
- Fortaleza: Ofrecen un servicio con calidad.

RESTAURANTE LA 33: Ubicado en la calle 37 N. 32 -71 ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$6.500 el cual tiene una capacidad de 72 mesas con 288 sillas, los pagos se realizan en efectivo además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: Posee una capacidad instalada muy pequeña.
- Fortaleza: Posee parqueadero.

ERNES CARNES Y PEZ: Ubicado en la calle 34 N. 34 esquina ofrecen almuerzos corrientes y ejecutivos por un valor de \$ 7.500 el cual tiene una capacidad de 36 mesas con 144 sillas, los pagos se realizan en efectivo además posee servicio a domicilio.

- Debilidad: Tienen una mala organización y distribución de las sillas y mesas.
- Fortaleza: Posee parqueadero cómodos.

2.5.2. Evolución histórica de la oferta.

Para determinar la evolución histórica de la oferta del servicio de restaurantes para el sector de cabecera se analizaron los siguientes parámetros. (Véase cuadro 27)

Cuadro 28. Número de oferentes en la Zona de Cabecera del Llano del municipio de Bucaramanga durante los años 2004 al 2008.

AÑOS	X-Promedio de X	Y	(X^2)	XY	(Y^2)
AÑO 2004	-2	18	4	-36	324
AÑO 2005	-1	24	1	-24	576
AÑO 2006	0	29	0	0	841
AÑO 2007	1	33	1	33	1.089
AÑO 2008	2	35	4	70	1.225
Sumatorias	0	139	10	43	4.055

Fuente: <http://www.camaradecomercio.gov.co>

Se utilizan las siguientes formulas:

$$m = \frac{\sum XY - \frac{\sum X \cdot \sum Y}{n}}{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}} \quad b = \frac{\sum Y - m \sum X}{n}$$

Remplazando:

$$m = 4,3$$

$$b = 27,8$$

Proyectando según formula:

$$Y = mx + b$$

$$Y = 4,3(x) + 27,8$$

La oferta proyectada para los próximos 5 años se calcula partiendo de la base del 2009, por el promedio total de almuerzos que vende cada establecimiento, valor que permanece constante, al no tener referencias de crecimiento del consumo y ventas de almuerzos por cada establecimiento. (Véase cuadro 29)

Cuadro 29. Comportamiento de la oferta para los próximos 5 años.

Año	Formula	Proyección
2.009	$(4,3)(3) + 27,8$	41
2.010	$(4,3)(4) + 27,8$	45
2.011	$(4,3)(5) + 27,8$	49
2.012	$(4,3)(6) + 27,8$	54
2.013	$(4,3)(7) + 27,8$	58
2.014	$(4,3)(8) + 27,8$	62

Fuente: Autoras del proyecto.

Por observación directa y entrevista con los propietarios de los restaurantes y observación directa de los menús y especialidades de cada año las autoras comprobaron que el 57% de los establecimientos vende almuerzos corriente, es decir, un total de 20 restaurantes, que para el 2009 serían un total de 23, vendiendo en promedio 48 almuerzos diarios.

Cuadro 30. Proyección de restaurantes que vende almuerzos corrientes

AÑO	57% de establecimientos
2009	23
2010	26
2011	28
2012	31
2013	33
2014	35

Fuente: Autoras del proyecto.

Cuadro 31. Oferta proyectada de almuerzos corrientes

AÑO	57% de establecimientos	Promedio de venta de almuerzos corrientes diarios	Total de almuerzos corrientes semanales	Total almuerzos corrientes al año
2009	23	48	6.681	347.428
2010	26	48	7.387	384.134
2011	28	48	8.093	420.841
2012	31	48	8.799	457.547
2013	33	48	9.505	494.253
2014	35	48	10.211	530.959

Fuente: Autoras del proyecto.

2.6. RELACIÓN DEMANDA Y OFERTA.

Se observa que en la actualidad existen grandes probabilidades de incursionar al mercado de almuerzos corrientes, en la zona de cabecera de Bucaramanga, que frente a la oferta actual, solo existirían 23 establecimientos que se dedican a vender este tipo de platos, y ninguno con el valor agregado y plus, como es el servicio adicional de zona de descanso.

Para mayor claridad se explica que la demanda insatisfecha, es solo de los establecimientos que venden almuerzos corrientes, donde se observa que la oferta crece más aceleradamente que la demanda, ya sea por que se incursiona nuevos establecimientos o aumentan la capacidad de atención de los locales.

Cuadro 32. Relación Demanda Oferta.

Año	Demanda Proyectada	Oferta proyectada	Demanda Insatisfecha
2010	411.963	384.134	27.829
2011	439.853	420.841	19.012
2012	467.743	457.547	10.196
2013	495.632	494.253	1.379
2014	523.522	530.959	-7.437

Fuente: Autoras del proyecto.

En el cuadro anterior, revisando y analizando los datos, en el quinto año, se observa que la demanda es cubierta por los restaurantes, debido a su incremento gradual en su capacidad o por que incursionan otros establecimientos a participar de este mercado potencial, insatisfecho

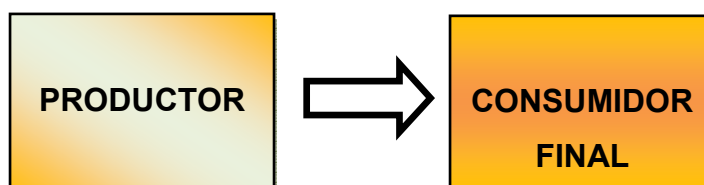
2.7. CANALES DE COMERCIALIZACION

2.7.1. Estructura de los canales Actuales.

De acuerdo con la información recopilada, se observa que para la creación de un restaurante de comida corriente con sala de descanso en el Cabecera del Llano del Municipio de Bucaramanga, se da en el nivel cero Un canal cero donde el productor vende directamente al consumidor,

Productor - Usuario Final. Esta es la estructura de comercialización más corta, en donde se da la venta directa del productor al usuario final, sin la intervención de intermediarios (Véase Figura 13)

Figura 13. Canal de comercialización: Productor – Usuario Final.



Fuente: Autoras del proyecto.

2.7.2. Ventajas y desventajas de los canales actuales.

A continuación se listan los principales aspectos positivos y negativos de los canales de comercialización empleados actualmente, como sigue:

Ventajas:

- Permite fijar precios económicos para obtener un mayor beneficio por volumen de ventas, lo que beneficia al usuario final que paga lo justo.
- El producto llega en perfecto estado al usuario final.
- Facilita el contacto directo entre el productor y el usuario final, con la posibilidad de escuchar la voz del cliente.
- Agiliza la adaptación a los cambios del mercado o del producto.

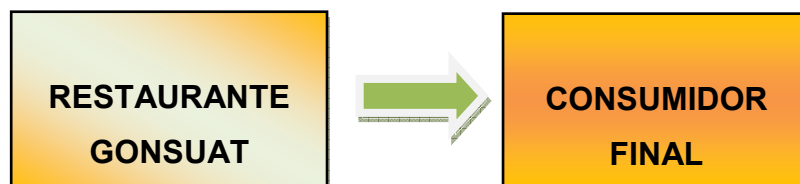
Desventajas:

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

2.7.3. Selección de los canales.

Para la creación de un restaurante de comida corriente con sala de descanso, hará su distribución mediante un canal nivel 0, es decir, Productor, consumidor final, para los trabajadores de la empresas y población en general del sector de Cabecera del Llano del municipio de Bucaramanga. (Véase figura 14)

Figura 14. Canal de comercialización propuesto



Fuente: Autoras del proyecto.

2.8. PRECIOS

2.8.1. Análisis de precios.

Los precios que actualmente existen en el mercado oscilan entre 4.500 y 6.500 dependiendo del tipo de comida solicitada (Almuerzos corrientes, ejecutivos ó especiales) cuadro comparativo de precio por tipo de alimentación solicitada.(Véase cuadro 33)

Cuadro 33. Análisis de precios.

Restaurantes	Almuerzo solicitado	Precio promedio
Barsotomar	Corriente	\$ 4.500
Sándwich	Especial	\$ 7.000
La sazón de la abuela	Corriente	\$ 6.500
Antojitos	Ejecutivo	\$ 7.500
Son y sabor	Corriente	\$ 5.000
Café wncb	Ejecutivo	\$ 7.000
Budda	Ejecutivo	\$ 7.500
Culture Buffet	Ejecutivo	\$ 8.500
Pepper gourmet	Corriente	\$ 6.500
Mar Italia	Especial	\$ 17.000
Mercagan	Especial	\$ 18.500
Restaurante y cafetería	Corriente	\$ 6.500
Fonda Paisa	Corriente	\$ 6.500
Almuerzos Caseritos	Corriente	\$ 6.500
El gran Banano Parrilla	Especial	\$ 6.000
El gran Hipotamo	Especial	\$ 7.500
Gurú café restaurante	Corriente	\$ 6.500
La comarca Restaur	Corriente	\$ 7.500
Lucila Restaurante	Corriente	\$ 6.000
Restaurante comida China	Especial	\$ 14.000
El Imperio Chino	Especial	\$ 14.000
Comida rápida El Té Rojo	Especial	\$ 15.000
Restaurante El Limonal	Corriente	\$ 5.000
Restaurante Micaela	Corriente	\$ 6.500

Restaurantes	Almuerzo solicitado	Precio promedio
El Chiflas	Especial	\$ 18.000
Joy's Gourmet	Ejecutivo	\$ 7.500
Restaurante Steak House	Corriente	\$ 7.500
Restaurante Comarca	Corriente	\$ 6.500
Restaurante Rica Italia	Ejecutivo	\$ 8.500
Restaurante Delicias Naturales	Corriente	\$ 5.500
Restaurante de comida Venezolana D'pritiis	Ejecutivo	\$ 8.500
Al carbón restaurante	Ejecutivo	\$ 7.500
Almuerzo Grupos Mart	Corriente	\$ 8.500
Restaurante La 33	Corriente	\$ 6.500
Ernes Carnes y Pez	Ejecutivo	\$ 7.500

Fuente: Autoras del proyecto.

2.8.2. Estrategias de fijación de precios.

Es importante observar constantemente como se está 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 almuerzos se sienta atraído hacia el nuevo restaurante, sin descuidar en los costos en que se incurran por la elaboración de cada uno de los platos de almuerzos corrientes.

La correcta elección de una estrategia de precios debe tener como base la siguiente información.

- ❖ 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, razón que dificulta una estandarización del precio, sin embargo este estará orientada a los costos de producción y la rentabilidad esperada.

Cada restaurante maneja una especialidad y un reconocimiento de marca que le permite en determinado momento inflar sus precios, no es el caso del nuevo restaurante, el cual en principio necesita posicionamiento, por lo tanto los precios serán adoptados de acuerdo a lo planteado anteriormente.

2.9. PUBLICIDAD Y PROMOCION

2.9.1 Objetivos.

Objetivo general

Posicionar en el mercado el Restaurante con sala de descanso, en el mercado de Cabecera del Llano del municipio de Bucaramanga.

Objetivos específicos

- Dar a conocer el restaurante con sala de descanso.
- Atraer la atención del cliente a fin de lograr reconocimiento y preferencia a la hora de escoger un restaurante con sala de descanso.
- Crear una buena imagen de la organización.
- Generar intención de compra.

2.9.2. Logotipo

El logo será la imagen corporativa del nuevo restaurante de comida corriente con sala de descanso, compuesto de la siguiente forma.

La hamaca representa la comodidad el descanso que los clientes pueden encontrar en el restaurante.

El color naranja se utiliza en los lugares donde se procesan y se venden productos alimentarios ya que llama la atención visual al cliente el negro representa elegancia, distinción y el blanco limpieza y aseo en la cocina.

GONSUAT se deriva de los apellidos de las autoras (González, Suarez) y seguido de la letra T (terminación de la palabra Gourmet).

Los tipos de letra que se utiliza son de fácil lectura e imagen fotográfica.

Figura 15. Logotipo de la empresa



Fuente: Autoras del proyecto.

2.9.3. Lema

El eslogan de la nueva empresa será: “Lo mejor para tu salud” el cual junto con el logotipo invita a los clientes a adquirir un nuevo producto en donde encuentran el confort para descansar después del almuerzo.

2.9.4. Análisis de medios

Es necesario conocer la capacidad de los principales tipos de medios para lograr el alcance, la frecuencia y el objetivo deseado. En el siguiente cuadro se observa los principales medios publicitarios, en donde cada uno tiene ciertas ventajas y limitaciones. Finalmente se eligieran entre ellos los más convenientes de acuerdo al alcance de los mismos (Véase cuadro 34)

Cuadro 34. Análisis de medios publicitarios

Medios	Ventajas	Limitaciones
Periódicos	Flexibilidad: Selección De Momento Oportuno; Buena Cobertura De Mercado Local; Amplia Aceptación; Gran Credibilidad	Corta Vida; Mala Calidad De Producción; Escasa Audiencia De Consulta De Periódicos
Televisión	Combina Imagen, Sonido Y Movimiento; Tiene Atractivo Para Los Sentidos Mucha Atención; Gran Alcance	Costo Relativamente Alto; Imagen De Correo De Propaganda
Radio	Uso Masivo; Alta Selectividad Demográfica; Bajo Costo.	Solo Presentación De Audio; Menor Atención Que En Televisión; Tarifas Sin Tasas

Medios	Ventajas	Limitaciones
		Estandarizadas; Exposición Fugaz.
Revistas	Alta Selectividad Geográfica Y Demográfica; Credibilidad Y Prestigio; Reproducción De Alta Calidad, Larga Vida; Buen Numero De Lectores	Larga Espera Para Comprar Un Anuncio En La Revista, Parte De La Circulación De Pierde; Sin Garantía De Posición.
Publicidad Exterior	Flexibilidad; Gran Exposición Repetida; Bajo Costo; Baja Competencia	No Hay Selectividad De La Audiencia; Limitaciones Creativas.

Fuente: Advertising Age, Mercadotecnia, tercera edición, 28 de Mayo de 1984, Pág.504

El primer paso del desarrollo publicitario del programa publicitario para la empresa administradora de restaurantes establece los objetivos publicitarios, basados en las decisiones previas del mercado meta y orientan las estrategias de publicidad que debe realizar la nueva empresa.

El primer objetivo de la publicidad es informar el mercado a cerca del nuevo servicio de restaurante con sala de descanso con sus respectivos productos describiendo claramente los servicios disponibles.

Otro de los objetivos de la publicidad es crear preferencia por la marca del servicio, para persuadir a los consumidores de que hagan uso del servicio inmediatamente.

Finalmente otro objetivo es recordad a los consumidores de que el producto puede ser necesario en circunstancias futuras, para mantenerlo en la mente de los consumidores constantemente.

2.9.5. Selección de medios.

La empresa va dirigida a captar todas las personas que transite por el sector de Cabecera del Llano por lo tanto se utilizaran los siguientes medios:

- **Radio:** Consiste en cinco mensajes diarios en la emisora Amor Stereo de Bucaramanga, los días jueves, viernes y sábado. Tiempo de la emisión de cada mensaje publicitario: de 10 segundos.
- **Publicidad exterior o vía pública:** Se considera publicidad exterior aquella que se sitúa en lugares públicos, dirigida a un público indefinido. Está formado por carteles, vallas publicitarias, rótulos luminosos y todos aquellos soportes que se instalan en lugares públicos ya sea la vía pública o en lugares donde se desarrollen espectáculos, eventos culturales, encuentros deportivos, etc.
- **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 la ubicación: Cantidad 1.000 serán entregadas a quienes realicen el consumo de restaurante Almuerzo y Confort.

2.9.6. Estrategias de publicidad y promoción.

- **De lanzamiento:** Como estrategia publicitaria de lanzamiento se utilizaran las siguientes:

Cuadro 35. Presupuesto de lanzamiento Clientes

Concepto	Cantidad / tiempo	Valor \$
Degustaciones	200	1.000.000
Volantes con bonos de descuentos	50.000	600.000
Tarjetas de Presentación	1.000	45.000
Pendón Fotográfico 80*120 cm a todo color impresión digital para exteriores en lona banner print, con perfiles en PVC.	1	92.800
Total		1.737.800

Fuente: Autoras del proyecto.

El total del presupuesto para el lanzamiento es de \$1.937.800, que serán diferidos a cinco años.

- **De operación.** Durante el primer año de operación y sostenimiento de la empresa se presupuesta invertir en publicidad un valor global de \$2.280.000 al año el cual se mantendrá durante los 5 años de vida útil del proyecto para efecto de evaluación del mismo. (Véase cuadro 36)

Cuadro 36. Presupuesto de publicidad y promoción de operación

Concepto	Valor \$ mes	Valor \$ año
Tarjetas de presentación	20.000	240.000
Paginas amarillas	120.000	1.440.000
Volantes	50.000	600.000
Total	190.000	2.280.000

Fuente: Autoras del proyecto.

2.10. CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

- El servicio que prestará el restaurante de comida corriente tiene como principal característica que es el único restaurante ubicado en el sector de Cabecera del Llano del municipio de Bucaramanga, que cuenta con el servicio de sala de descanso diseñada con cómodas hamacas, muebles reclinables, televisor y ambiente musical, cuya mejor mezcla es la salud y el buen sabor, sino que además es un espacio para relajarse en ese corto tiempo que se emplea para alimentarnos.
- El mercado objetivo como segmento a investigar se toma los trabajadores de las empresas que se encuentran en la comuna XII del municipio de Bucaramanga mercado objetivo las 2260 trabajadores del sector de Cabecera del Llano
- Del total de 2.260 trabajadores que laboran en las empresas del sector de cabecera, el 76% de ellos almuerza fuera de casa, de los cuales el 94% prefiere comprar, el restante 6% lleva preparado. Del total 1614 de personas que compran los almuerzos el 90.2% consume corrientes un 5.5% ejecutivos y un 4.3% comida rápidas, el cual representa un total de 456.722 para el primer año de funcionamiento
- Actualmente según el directorio telefónico de Publicar S.A, vigencia 2008 a 2009 y Cámara de Comercio de Bucaramanga, cubren el mercado de Cabecera del Llano treinta y cinco (35) empresas que ofrecen almuerzos.
- Por lo anterior, se concluye que el proyecto del restaurante de comida corriente con sala de descanso es viable desde el punto de vista de mercados al precisar la existencia de un mercado potencial insatisfecho con intención de compra y adquisición del servicio.

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

Con la información obtenida del estudio de mercados y teniendo en cuenta los objetivos se define la capacidad con que se cuenta para la prestación del servicio de alimentación durante la vida útil del proyecto.

3.1.1. Descripción del Tamaño del Proyecto.

El tamaño del proyecto está sujeto a factores que se analizaron en el estudio de mercado, se trata de un restaurante de comida corriente con sala de descanso para suplir la demanda de almuerzos corrientes de los empleados de la zona de Cabecera del Llano del Municipio de Bucaramanga.

3.1.2. Factores que determinan el tamaño del proyecto.

Dentro de los factores condicionantes del proyecto están:

- **El tamaño del proyecto y la demanda.** Se logró establecer en el estudio de mercados del total de 2.260 trabajadores que laboran en las empresas del sector de Cabecera del Llano, el 76% de ellos almuerza fuera de casa, de los cuales el 94% prefiere comprar, el restante 6% lleva preparado. Del total 1615 de personas que compran los almuerzos el 90.2% consume corrientes un 5.5% ejecutivos y un 4.3% comida rápidas, el cual representa un total de 449.277 platos para el primer año de funcionamiento

- **Tamaño del proyecto y la disponibilidad suministro e insumos** Los suministros e insumos necesarios para el funcionamiento del restaurante de comida corriente con sala de descanso no es factor condicionante por que se cuenta con disponibilidad de proveedores de materias primas e insumos a precios asequibles y de gran variedad para ofrecer en condiciones optimas el servicio.
- **Tamaño del proyecto y recurso humanos** El recurso humano necesario para el proyecto corresponde al manejo técnico, como son personal calificado, el cual está compuesto por administrador, contador, meseros, jefe de cocina y auxiliar. Esto no presenta dificultades recurso ya que en la ciudad se encuentra personal capacitado para desempeñar las labores administrativas y técnicas esto facilita el funcionamiento del restaurante.
- **Tamaño del proyecto y disponibilidad de tecnología y equipos** La tecnología que se requiere para el montaje y puesta en marcha del proyecto es equipo y maquinaria que se encuentra disponible en la región, con variedad de marcas, calidad y precios.
- **Tamaño del proyecto y localización** El proyecto se localizo en el sector de Cabecera del Llano del Municipio de Bucaramanga. Mediante el método de valoración por puntos, escogiendo tres sitios donde pueda ubicarse la empresa para lo cual se tuvo en cuenta el POT local.
- **Tamaño del proyecto y el financiamiento** Para el montaje y desarrollo de este proyecto se contara con recursos financieros determina en el estudio financiero logrará con los recursos financieros de entidades como el banco Cafetero; es una línea especial de micro-crédito para la creación de Pymes.

Además se podría solicitar capital semilla, existen en el mercado otras entidades financieras como Comultrasan, Fundación Mundial de la Mujer y cajas de compensación; que pueden facilitar recursos económicos; teniendo en cuenta que depende del grado de madurez y situación de la empresa, así será el grado de requisitos de garantía que exigen para otorgar los recursos, llegando incluso a verificar que sean destinados exclusivamente para iniciación o fortalecimiento de nuevas empresas.

3.1.3. Capacidad del proyecto.

El tamaño del proyecto se define en términos de unidades de platos de almuerzos corrientes a vender lo cual involucra aspectos tales como: mano de obra requerida y tiempos de elaboración de cada plato de comida corriente.

Capacidad total diseñada Corresponde al máximo nivel posible de producción y venta de los diferentes platos, de acuerdo a la demanda insatisfecha.

La capacidad máxima de elaboración y venta de almuerzos es de 240 almuerzos al día para el cual se laborará 6 días a la semana para un total de 52 semanas al año el cual supone una proyección de 74.880 almuerzos corrientes al año.

En cuanto a la sala de descanso tendrá un salón que alberga un total de 20 personas día, cómodamente instaladas, para un total al año 6240.

Capacidad instalada: El restaurante Gonsuat, instalara toda la infraestructura para atender un total de 150 almuerzos día, laborará de lunes a sábado por las 52 semanas al año, dando un equivalente de 46.800 almuerzos corrientes.

Para el caso de la sala de descanso se mantendrá las instalaciones para atender las mismas 20 personas al día.

Capacidad utilizada y proyectada. La empresa restaurante Gonsuat, iniciará actividades con el 50% de capacidad instalada, el cual cubrirá el 6% del mercado de almuerzos corrientes de la zona de Cabecera de Bucaramanga, y pretenderá crecer año a año en un 10%, dado que se tiene la expectativa de competir y generar un factor diferenciador dando a conocer a través de una agresiva publicidad. (Véase cuadro 37)

Cuadro 37. Capacidad utilizada y proyectada

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Almuerzos corrientes	46.800	56.160	65.520	74.880	84.240
% capacidad instalada	50%	60%	70%	80%	90%
Participación del mercado	11,36	12,77	14,01	15,11	16,09

Fuente: Autoras del proyecto.

3.2. LOCALIZACION

3.2.1 Macro localización.

El presente estudio de factibilidad tiene por objeto ubicarse en la zona de Cabecera del Llano del Municipio de Bucaramanga, departamento de Santander. Se escogió esta ciudad para centro de operaciones por ser un municipio en desarrollo y eje de actividades comerciales microempresariales del nororiente del país.

3.2.2. Micro localización.

Se realizará mediante el método cuantitativo por puntos teniendo en cuenta los factores relevantes para detectar el barrio más conveniente para su ubicación.

La ubicación del restaurante se determinará a través del método de puntos, se estableció la zona de Cabecera del Llano del municipio Bucaramanga, donde se desarrollaran las labores.

Cuadro 38. Descripción de predios para el estudio de micro localización

Descripción	Local A	Local B	Local C
Ubicación	Cra 33 N. 54 -37	Cra 37 N. 44- 74	Calle 48 N. 32 - 32
Área	220 M2	250m2	250m2
Valor Arriendo	1.500.000	2.000.000	2.200.000
Servicios	Agua, luz, gas natural y teléfono	Agua, luz, gas natural y teléfono	Agua, luz, gas natural y teléfono

Fuente: Autoras del proyecto.

Los factores que se tendrán en cuenta para la localización del restaurante de comida corriente con sala de descanso son:

- A. Tipo de actividad que se desarrollará en el sector.** El factor evalúa si el sector se encuentra cerca de establecimientos comerciales que manejen un buen número de clientes como empleados.
- B. Área disponible.** Evalúa si el lugar es el requerido para el montaje del restaurante y cuenta con la disponibilidad suficiente de espacio para una adecuada infraestructura y distribución.
- C. Valor de arrendamiento:** Evalúa si el valor correspondiente al canon de arrendamiento es alto, aceptable, o económico.

- D. Valor y 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, acueducto y gas y su respectivo costo por su estrato social.
- E. Condiciones de vías.** Involucra la existencia de fácil acceso y estado de las vías y facilidad de zonas de parqueo.

➤ **División de los factores en grados**

A. Tipo de actividad que se desarrolla en el sector

Grado:

1. Despierta poco interés.
2. Afluencia normal de público.
3. Despierta gran interés en la comunidad.

B. Área disponible

Grado:

1. Área de 220 m²
2. Área de 250 m²
3. Área de 250 m²

C. Valor de arriendo.

Grado:

1. Valor de arriendo (1.500.000 a 1.800.000)
2. Valor de arriendo (1.900.000 a 2.000.000)
3. Valor de arriendo (2.200.000 a 2.500.000)

D. Disponibilidad de servicios públicos.

Grado:

1. Disponibilidad de Agua, luz, teléfono, Tv pagada y gas
2. Disponibilidad Agua, luz, teléfono y gas
3. Disponibilidad de Agua, luz, y gas

E. Condiciones de vías de comunicación

Grado

1. Vías de acceso aceptable,
2. Buenas vías de acceso
3. Excelente vías de acceso

A continuación se presenta la ponderación de cada factor.

Cuadro 39. Puntualización de los factores de micro localización

FACTOR	PONDERACION	PUNTAJE
A	15%	Grado 1= 15
		Grado 2= 45
		Grado 3= 75
B	30%	Grado 1=30
		Grado 2=90
		Grado 3=150
C	20%	Grado 1=100
		Grado 2=60
		Grado 3=20
D	15%	Grado 1= 15
		Grado 2=45
		Grado 3=75
E	20%	Grado 1= 20
		Grado 2=60
		Grado 3= 100

Fuente: Autoras del proyecto.

Cuadro 40. Análisis de los factores y puntuación

Factor	LOCAL A		LOCAL B		LOCAL C	
	Grado	Puntos	Grado	Puntos	Grado	Puntos
A	3	75	2	45	1	15
B	1	30	3	90	2	90
C	1	100	2	60	3	20
D	3	75	1	15	2	45
E	3	100	2	60	1	20
Total		380		270		190

Fuente: Autoras del proyecto.

Se determino para el proyecto la mejor ubicación es el local A, el cual se encuentra ubicado en Cra 33 N. 54 -37.

3.3. INGENIERIA DEL PROYECTO

3.3.1. Ficha técnica del producto

Cuadro 41. Ficha técnica del servicio

Servicio principal	Servicio de restaurante de comida corriente con sala de descanso para la población de la comuna XII de Cabecera del Llano del Municipio de Bucaramanga.																		
Diseño	Restaurante de comida corriente con sala de descanso.																		
Especificaciones técnicas	<table> <tr> <th>Menú Diario</th><th>Cantidad/plato</th></tr> <tr> <td>Sopa</td><td>270 gms</td></tr> <tr> <td>Arroz</td><td>80 gms</td></tr> <tr> <td>Papa</td><td>100 gms</td></tr> <tr> <td>Principio granos</td><td>125 gms</td></tr> <tr> <td>Carnes</td><td>150 gms</td></tr> <tr> <td>Ensalada</td><td>100 gms</td></tr> <tr> <td>jugo de fruta</td><td>150 cm3</td></tr> <tr> <td>Postre</td><td>Porción</td></tr> </table>	Menú Diario	Cantidad/plato	Sopa	270 gms	Arroz	80 gms	Papa	100 gms	Principio granos	125 gms	Carnes	150 gms	Ensalada	100 gms	jugo de fruta	150 cm3	Postre	Porción
Menú Diario	Cantidad/plato																		
Sopa	270 gms																		
Arroz	80 gms																		
Papa	100 gms																		
Principio granos	125 gms																		
Carnes	150 gms																		
Ensalada	100 gms																		
jugo de fruta	150 cm3																		
Postre	Porción																		
Vida útil	Perecederos y no perecederos.																		

Fuente: Autoras del proyecto.

3.3.2. Descripción técnica del proceso.

El nuevo proyecto tendrá el siguiente proceso:

- Se establecen horarios de atención.** El horario de atención al público será a partir de las 10 a.m hasta las 3.p.m.

- **Solicitud de servicio.** El cliente ingresa al restaurante y se ubica en una de las mesas que se halle desocupada.
- **Atención del mesero.** Una vez el cliente se instale en la mesa el mesero procede a darle la bienvenida y a indicarle la minuta del día.
- **Solicitud del pedido.** El mesero recibe la orden del cliente y toma el respectivo pedido.
- **Entrega el pedido al jefe de la cocina.** Para que se dispongan a despechar el pedido.
- **Despacho del pedido:** una vez realizado el pedido se entrega al mesero para que realice la respectiva entrega.
- **Facturación del servicio.** Una vez el cliente haya realizado el consumo en el restaurante y desea hacer el pago el mesero se acerca y le entrega la factura en donde se le estipula el valor a cancelar.
- **Finalización del servicio.** El servicio se finaliza cuando el cliente procede a cancelar el pedido y recibe los vultos y se retira del restaurante.

3.3.3. Diagrama de operación, proceso y procedimiento.

Cuadro 42. Proceso de solicitud del servicio

Descripción de la actividad	No Operarios						Tiempo (min.)
1. Se establecen horarios de atención	1						20 Min
2. Solicitud de servicio	1						10 Min
3. Atención del mesero	1						5 Min
4. Solicitud de pedido	1						5 Min
5. Entrega del pedido al jefe	1						5 Min
6. Despacho del pedido	1						10 Min
7. Facturación del servicio	1						5 Min
8. Finalización del servicio	1						0 Min
TOTAL							60 Min

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 43. Proceso de elaboración del almuerzo.

Descripción de la actividad	No Operarios						Tiempo (min.)
1. Recepción de materia prima e insumos	1						30 Min
2. Colocación de los insumos respectivos en los mesones de trabajo. Área fría	1						30 Min
3. Traslado de los insumos (carnes) cocinero. Previamente sazonada	1						15 min
4. Traslado de insumos (vegetales, granos, cereales y frutas) para cocción.	1						15 Min
5. Proceso de cocción	1						90 Min
6. Traslado al área de despacho	1						10 Min
7. Entrega de pedido	1						5 Min
8. Finalización del servicio	1						0 Min
TOTAL							195 Min

Fuente: Autoras del proyecto.

3.3.4. Control de calidad

Para establecer el control de calidad para el nuevo restaurante de comida corriente con sala de descanso 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 del restaurante de comida corriente con sala de descanso se tienen.

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

Normalmente se presentan problemas de olores que pueden llegar a ser excesivos por efecto de la fabricación de los alimentos. El tema de olores normalmente está asociado a operación de fritura de materiales, sobre todo si el aceite comienza a superar el límite de su vida útil, generando humos a menor temperatura compuestos volátiles responsables del olor. No obstante, también se generan problemas de olores excesivos al acumularse los aromas de comida dentro del restaurante y sala de descanso.

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

- **Residuos sólidos.** Los principales residuos sólidos del sector corresponden a:
 - Restos orgánicos por limpieza de rejillas.

- Restos orgánicos de la preparación de alimentos 1% de total de materias primas que ingresan.
- Restos de alimentos no consumidos y alimentos sobrantes.
- Envases vacíos de materia prima, como bolsas de polietileno, restos de latas, papeles, cartón, cajas y catones.

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.

Control de calidad en Restaurante de comida corriente con sala de descanso. El control de calidad e higiene es uno de los aspectos importantes, no solo para proteger al consumidor, sino para mantener la calidad del producto, de modo que se eviten pérdidas económicas por rechazo del consumidor.

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

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

- **Control de materias primas y materiales indirectos.** Garantizar el control necesario en la recepción, selección y almacenamiento de los desechos cárnicos y de vegetales, dichos controles son necesarios para asegurar la calidad final que va a tener el producto.
- **Las carnes.** Se les realizará una limpieza general bajo chorro de agua y la que se encoja para el plato será de primera calidad.

- **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 destinara 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.
- **Control del agua.** Para la preparación, aseo de alimentos, equipos, instalaciones y personal, se necesita agua potable, o se requiere de un tratamiento para eliminar las impurezas y gérmenes del agua.
- **Control de desechos.** Estos deben transportarse en recipientes cerrados hacia un lugar determinado que debe ser aislado tanto del área de servicio como de cocina y el cual será recogido por las respectivas empresas encargadas de la recolección de basuras y reciclaje.

Se contara con espacios asignados para la disposición de desechos en el cual se tendrán tres (3) canecas plásticas con tapa, marcadas en la parte exterior, con sus respectiva bolsa según el tipo de desecho que se puede depositar; observando y manteniendo las normas de medio ambiente. Los residuos sólidos se remueven cada dos días con la frecuencia de recolección de basuras de la EMAB; y el reciclaje cada viernes por COOPRESER.

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

- **Manejo de residuos líquidos.** Del proceso de freído resulta un residuo de aceite que es en un tarro de 3000 cc disponible para tal fin, cuando el tarro se llena la empresa Descont S.A. E.S.P se encarga de hacer la recolección.
- **Maquinaria y equipos.** La garantía ofrecida por la maquina y equipos es de un año, después del año se pagara servicio de mantenimiento cada vez que se requiera.

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

- **Manual de buenas prácticas de manufactura.** Los servicios de alimentación deben responder a los consumidores por el suministro de alimentos nutritivos y seguros.

No es adecuada una estructura organizativa, es necesario desarrollar e implementar programas efectivos de buenas prácticas de manufactura que aseguren altos estándares de calidad.

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

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

✨ **Manipulador de alimentos.**

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

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

Cuadro 44. Requisitos de control manipulador de alimentos.

REQUISITOS DE CONTROL	RIESGOS	NORMAS
Estado de Salud	Contaminación directa e indirecta de microorganismos patógenos.	 La institución y/o servicios deben exigir examen médico al ingreso por cada año.  Todo manipulador debe notificar al jefe inmediato cuando padezca de. Diarrea, fiebre, vomito, dolor de garganta, supuración de oídos nariz y ojos y lesiones de la piel.

REQUISITOS DE CONTROL	RIESGOS	NORMAS
Estado de Salud	Contaminación directa e indirecta de microorganismos patógenos.	 El médico determinara la conducta a seguir cuando presentan infecciones respiratorias agudas, de faringe, laringe o amígdalas, conjuntivitis u otitis infecciosa, enfermedad gastrointestinal lesiones de la piel, amibiasis, hepatitis, etc. No debe tener contacto con los alimentos.
Higiene y aseo personal	Contaminación directa e indirecta de microorganismos patógenos.	 Realizar baño diario  Usar las uñas cortas limpias y sin esmaltes.  Mantenga el cabello corto limpio y recogido  Utilice uniforme limpio y completo, gorra, tapabocas bata u overol, calzado de trabajo.  Use maquillaje discreto.  Los hombres afeitada la cara  No utilizar joyas ni relojes.  Las cortaduras y heridas deben cubrirse con vendajes impermeables.  Lave las manos antes de iniciar la labor.  Antes y después de manipular alimentos.  crudos, después de manipular basuras, trapeadores y utensilios sucios, después de utilizar el sanitario, después de toser o tocar cualquier parte del cuerpo después de estornudar, comer o fumar, después de recoger utensilios de mesas y sobrantes de alimentos al terminar la jornada de trabajo.
Comportamiento personal	Contaminación de alimentos por hábitos higiénicos	 No pruebe los alimentos dos veces con el mismo utensilio.  No pruebe los alimentos con los dedos.

REQUISITOS DE CONTROL	RIESGOS	NORMAS
	inadecuados	 Coja por la base los vasos, pocillos platos y cubiertos.  Permanezca callado cuando manipule los alimentos.  Seque las manos con elementos que no causen contaminación, o toallas desechables, o al aire libres.  Limpie el sudor con pañuelo y no con las manos, uniformes o toallas.  No fume, escupe, tosa o estornude sobre los alimentos.  No coma o mastique chicle dentro del servicio.  No manipule dinero dentro del servicio.

Fuente: Autoras del proyecto.

Equipos de operación

Evitar los accidentes de trabajo y facilitar el uso de los equipos mediante la aplicación de procedimientos adecuados de operación para cada uno.

Es necesario determinar los procedimientos de la operación de los equipos para evitar riesgos de accidentes y la vida útil del equipo puede prolongarse, realizando mantenimientos preventivos y siguiendo los procedimientos individuales de operación, a la vez que previene accidentes del trabajo del personal.

Cuadro 45. Requisitos de control equipos de operación.

REQUISITOS DE CONTROL	RIESGOS	NORMAS
Operación	La practica inadecuada de los procedimientos ocasiona accidentes de trabajo que pueden llegar a contaminar los alimentos mediante el proceso productivo	 Realizar el procedimiento de limpieza y desinfección de acuerdo al equipo.  Terminada la preparación apague y desconecte el equipo adecuadamente sin jalar el cable.  Verifique que el equipo funcione correctamente en caso contrario apague e informe inmediatamente al administrador.  Encienda el equipo en ON.  Conecte el equipo al toma corriente.  Aliste los alimentos y utensilios para llevar a cabo la preparación.  Utilice el uniforme completo para la seguridad del operario y del producto.  Revise que se encuentre completamente limpio.  Verifique que el equipo se encuentre en OFF o apagado.

Fuente: Autoras del proyecto.



Proceso productivo

Suministrar una adecuada alimentación que cumple con los principios de inocuidad y seguridad microbiología.

Es necesario identificar los posibles riesgos de contaminación en cada una de las etapas del proceso productivos para establecer los puntos críticos de control y tomar medidas preventivas y / o correctivas.

Cuadro 46. Requisitos de control asociados al proceso productivo.

REQUISITOS DE CONTROL	RIESGOS	NORMAS
Alimentación seco, refrigerado y congelado	El almacenamiento inadecuado de la materia prima. Favorece la proliferación de microorganismos y deteriora los alimentos que conduce a la contaminación.	 Las instalaciones de almacenamiento deben mantenerse limpias y higiénicas, llevar diariamente el control de temperaturas.  Clasifique los alimentos de acuerdo a su grado de perecibilidad.  Los alimentos secos, granos, cereales, azúcares, salsas y condimentos, ubíquelos sobre estibas o estantes y debidamente rotulados.  Almacenar los productos a temperatura inferior a los cero grados centígrados y separar por tipos  Refrigeración: frutas, verduras, huevos a temperaturas de los grados centígrados a cinco grados centígrados coloque las hortalizas en bolsas plásticas marcadas o en canastillas permitiendo la circulación del aire.  Registrar la entrada y salida de materias primas.  Los productos de aseo deben almacenarse en áreas destinadas específicamente para tal fin.  Despachar los alimentos teniendo en cuenta que el primero en entrar son las primeras en salir para garantizar la rotación de los mismos.  Evitar almacenar alimentos crudos con cocidos.
La compra	El proceso de compra trae como riesgo la contaminación alteración y daño de materia prima.	 Compre los alimentos con base en las especificaciones de las fichas técnicas de calidad.  Realice las compras de acuerdo a las cantidades requeridas en la receta estandarizada y según el número de raciones.  El proveedor debe poseer licencia sanitaria.
Preparación preliminar carnes, verduras, tubérculos, sal y plátanos.	La manipulación incorrecta de alimentos genera un incremento en la proliferación de microorganismos,	 Realice la preparación preliminar en las respectivas secciones.  Verifique y controle las cantidades requeridas según recetas estandarizadas y el número de usuarios.  Determine y marque las zonas de preparación preliminar

REQUISITOS DE CONTROL	RIESGOS	NORMAS
	causando deterioro en los alimentos y perjudicando en la salud de los consumidores.	para carne, verduras, frutas y raíces, tuberculosas y plátanos. Realice un proceso de limpieza y desinfección por cada uno de los alimentos. Ubique y seleccione los alimentos en el momento de preparación preliminar los secos y refrigerados. Delimite y marque las zonas de preparación preliminar para carnes, verduras, frutas y plátanos. Realice la preparación preliminar en la respectiva sección.
Cocción	Proliferación bacteriana debido al proceso y a temperaturas inadecuadas durante la cocción.	Someter los alimentos a temperaturas de cocción mayores a 100 °C y el tiempo requerido para modificar sus características físicas. Controle la temperatura. Utilice el método de cocción de acuerdo a la preparación. No mezcle alimentos crudos con cocidos. Mantenga la sección de cocción delimitada, limpia y desinfectada. No deje ollas u otros equipos de cocina en el borde de la estufa con el fin de evitar accidentes. Cuando termine de realizar cualquier preparación cocida, apague inmediatamente la estufa o el horno.

Fuente: Autoras del proyecto.

Equipo de limpieza y desinfección

Garantizar la limpieza y desinfección de los equipos y utensilios mediante el uso de agentes químicos y/o físicos que eliminen residuos de suciedad y microorganismos presentes.

Los equipos y utensilios que vayan a estar en contacto con los alimentos deben cumplir con las medidas de limpieza y desinfección necesarias con el fin de evitar la contaminación cruzada de alimentos.

Cuadro 47. Requisitos de control equipos de limpieza y desinfección.

REQUISITOS DE CONTROL	RIESGOS	NORMAS
Limpieza	Deterioro del equipo y contaminación por microorganismos a los alimentos.	- Las piezas que entre en contacto con los alimentos no deben requerir lubricación, ni roscas, ni pinturas. - No deben presentar ranuras ni orificios para evitar acumulación de plagas, suciedad y microorganismos. - Ser de superficies lisas impermeables y lavables. - Los equipos deben ser fabricados de material resistente a usos, corrosión y agentes desinfectantes. - No estar fabricados de plomo, antimonio o hierro puro que son perjudiciales para la salud.

Fuente: Autoras del proyecto.

3.3.5. Recursos

Son los recursos humanos, tecnológicos, logísticos de infraestructura o de dotación que se necesiten para realizar las actividades, producir los resultados y alcanzar el objetivo.

3.3.5.1. Recurso humano.

Para la puesta en marcha del proyecto se requiere del siguiente personal.

Administradora: Es el encargado de dirigir y verificar todos los procesos administrativos y de servicios de restaurante de comida corriente con sala de

descanso, es el directo responsable de la buena marcha y funcionamiento del mismo, tendrá a su cargo el personal, relaciones con proveedores y clientes.

Contador: Persona encargada de llevar los registros contables de todas las transacciones realizadas.

Cocinero: Persona encargada de la preparación de los alimentos el cual contará con un auxiliar.

Mesero: Encargada de la atención directa al cliente y para este proyecto se contará con dos personas encargadas del servicio.

3.3.5.2. Recurso físico

- **Requerimiento maquinaria y equipo:** La maquinaria y equipos necesarios para este proyecto, son los que corresponde al servicio de restaurante y sala de descanso.

Cuadro 48. Requerimiento maquinaria y equipos para el área del servicio.

Concepto	Cantidad
Pocillo Te 689	80
Plato Te 689	80
Plato tortero 689	80
Plato pando 689-26	80
Bandeja 689	80
Bandeja Nevada	80
Plato hondo 689	80
Taza s/asa 689	80
Taza c/asa 689	80
Vasos pl.24 caja por 48 uds.	80
Copas	80
Juego de recipientes varios de cocina	1

Juego de sartén	2
Juego de cubiertos de cocina	75
Vajilla(Por 7 puestos)	10
Licuada	2
Batería de ollas	1
Plancha asadora	2
Cocina industrial	1
Hamacas	10
Sillas tejidas en mimbre	10
Mesas Rimax	20
Sillas Rimax	80
Nevera No frot LG	1
Congelador horizontal Industrial	1
Extractor de aire	1
Platilleros	10
Olla indio 167 lt	4
Olla indio 50 lt	4
Calderos grandes	4
Bandejas plásticas	15
Cucharones fundidos industriales	2
Cucharones grandes en madera	2
Cuchillos 10'	6
Cuchillos 6'	6
Tablas de acrílico para picar	3
Calderos escurrideros	2
Valdes plásticos 120 lt	5
Valdes para el aseo	4
Poncheras plásticas	3
Bandejas para el horno	5
Manteles	40
Equipos para incendios	3

Fuente: Autoras del proyecto.

- **Requerimiento de muebles y enseres área administrativa.** Para el buen funcionamiento.

Cuadro 49. Requerimiento de muebles y enseres área administrativa

Concepto	Cantidad
Escritorio	2
Silla giratoria	2
Útiles de oficina	1
Archivador	1
Sillas auxiliares	4
Mesa para el computadora	1

Fuente: Autoras del proyecto.

Cuadro 50. Requerimientos de equipos de oficina

Concepto	Cantidad
Computadora con impresora	2
Equipos de sonido	1
Ventiladores	4
Telefax	1
Tv Samsung LN268350 (Entrada PC)	2

3.3.5.3. Recurso de insumos.

Para el desarrollo de este proyecto de restaurante de comida corriente existe la necesidad de una amplia gama de producto para el desarrollo de los menús.

Cuadro 51. Requerimientos de insumos para la elaboración de menús.

Menú Diario	Cantidad/plato
Sopa	270 gms
Arroz	80 gms
Papa	100 gms
Principio granos	125 gms
Carnes	150 gms
Ensalada	100 gms
jugo de fruta	150 cm3
Postre	Porción

Fuente: Autoras del Proyecto.

3.3.6. ESTUDIO DE PROVEEDORES

Los proveedores referidos anteriormente en la lista de insumos y equipos, se tendrán como proveedores dependiendo de los factores como precio, calidad y descuentos suministrados para el restaurante de comida corriente con sala de descanso.

Cuadro 52. Posibles proveedores.

PRODUCTO	PROVEEDORES	CIUDAD
Maquinaria y equipo	Metálicas Punto de fabrica Alca	Bucaramanga
Muebles y enseres	Compumuebles	Bucaramanga
Equipos de oficina	Carrefour	Bucarmanga
Suministro de víveres	Centro abastos	Bucaramanga

Fuente: Autoras del Proyecto.

3.3.7. Distribución de planta.

La distribución en planta se realizara considerando los espacios necesarios para la efectiva prestación del servicio por parte del personal involucrado en el proyecto.

Se dispone de un área de total de 220 m² que estará ubicado en cra 33 N. 54 - 37. Donde funcionara el restaurante Gonsuat Ltda., el cual contara con las siguientes áreas.

Área de Restaurante: Es el área donde inicialmente se le da la recepción al cliente, allí es recibido por el mesero quien se encargara de brindarle la atención necesaria, se dispone de veinte mesas de cuatro puestos, se contara con un televisor y ventilador para ofrecer un espacio agradable y acogedor.

Área de baños: espacio donde los usuarios podrán hacer sus necesidades de tipo fisiológico, el cual tiene dos áreas separadas por sexos, dentro de las mismas áreas se encuentra los lavamanos el cual dispone de toallas y jabón liquido.

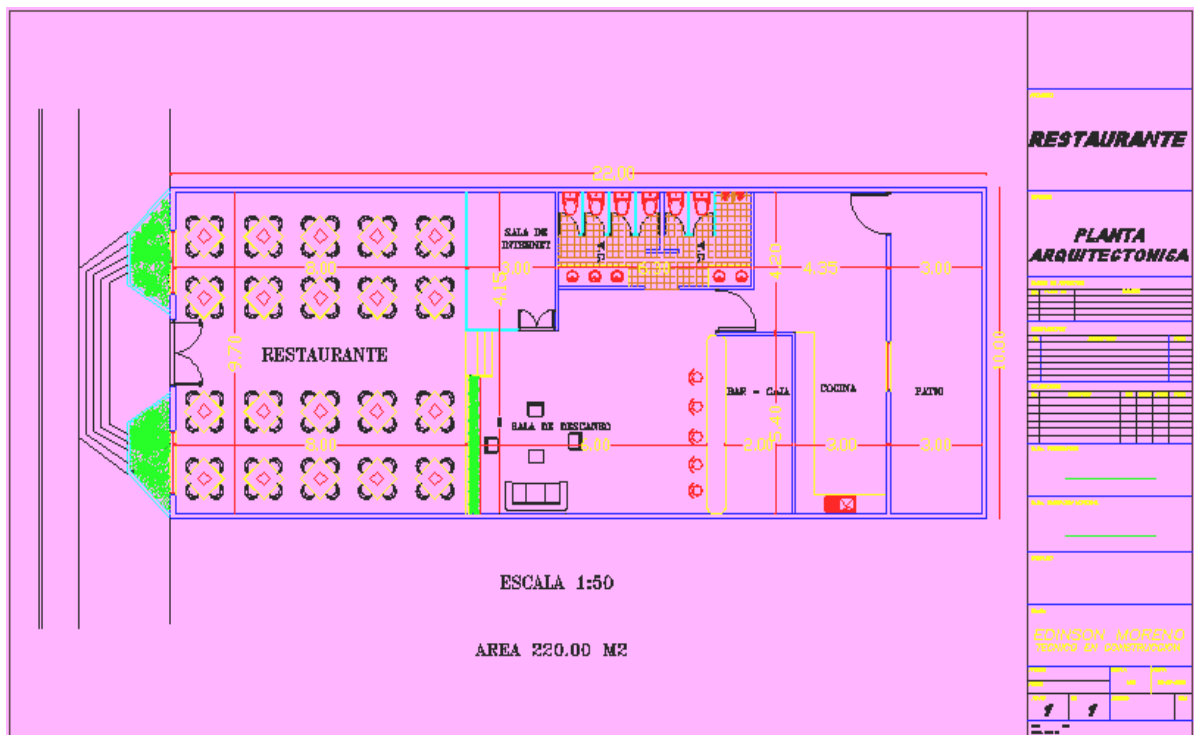
Área de caja: Lugar donde se ubicara la cajera, se contara con un modulo ventanilla la cual estará dotada de una registradora Casio, papelería y silla giratoria.

Área de cocina. Cuenta con un mesón en acero inoxidable, con sus respectivos gabinetes, en esta área estará ubicado un congelador, estufa industrial, licuadora.

Distribución de planta del proyecto.

En la figura 16 Se muestra la distribución de planta del proyecto.

Figura 16. Distribución en planta



Diseño: Técnico Edinson Moreno Medina

3.3.8. Logística de Distribución.

Para la atención efectiva del cliente en el restaurante Gonsuat Ltda., una vez este ingrese a la instalaciones el mesero le hará la bienvenida y le ofrecerá el menú del día para que solicite el pedido.

El segundo paso, será tomar el pedido y entregar la orden al jefe de cocina, el mesero llevara el pedido a la mesa que hizo la solicitud, el cliente procederá hacer el pago a caja y se retira del establecimiento.

3.4. CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO.

Realizado el estudio técnico de la presente propuesta se determino.

- EL restaurante Gonsuat Ltda., estará ubicado en la carrera 33 N. 54 -37 la cual tiene un área de 220 mts.
- Todo lo referente a la maquinaria, equipos, muebles y enseres requeridos para la puesta en marcha del establecimiento son de fácil adquisición al igual que la materia prima, insumos y suministros para el mismo.
- Se logro comprobar que el proyecto de un restaurante de almuerzos corrientes con sala de descanso es factible desde el punto de vista técnico e ingeniería, por contar con todos los recursos técnicos, materias primas y humanos, para la preparación y la prestación de un excelente servicio innovador, para atender el mercado de los trabajadores y comunidad en general del sector de cabecera de Bucaramanga.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1. FORMA DE CONSTITUCIÓN

Toda empresa necesita tener en cuenta factores muy importantes como es el diseño administrativo el cual supone la construcción de estructuras, definición de funciones, asignación de responsabilidades, delimitación de autoridad, identificación de canales de comunicación, etc. Así mismo analizará la parte jurídica que regula la empresa, los deberes, derechos, la forma de constitución, la ley, los decretos a tener en cuenta y los reglamentos que debe cumplir la empresa a fin de evitar problemas futuros por desconocimientos de normas.

4.2. CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Para la creación de esta empresa, se constituirá como empresa de responsabilidad limitada, la responsabilidad de los socios es limitada hasta monto de sus aportes.

Nombre de la empresa.

- Objetivo social.
- Los tramites que se deben agilizar para su legalización:
- Asignación de un nombre: para proteger el nombre de la empresa, se realiza en la Cámara de Comercio.

- Escritura pública, realizada en la notaria.
- Inscripción en la cámara de comercio, diligenciando formulario de matrícula mercantil de sociedades y de establecimientos de comercio. También se hace el registro de libros (actas socios, caja diario, mayor y balance e inventarios).
- Registro único tributario, diligenciando el formato del RUT para la asignación del Nit, en régimen común. De igual forma se tramita la autorización para facturar.
- Impuesto de industria y comercio: previa aprobación de planeación municipal, a través de la licencia de funcionamiento, se cancela el impuesto de iniciación.
- Se hace el registro de marcas: para proteger la marca en la Súper intendencia de industria y comercio en Bogotá.
- Por último se crea la empresa en el banco de datos de la ARP, Fondos de Pensiones, empresa promotora de salud y caja de compensación familiar para realizar las afiliaciones de sus trabajos.

Igualmente se investigo sobre la ley 1258 del 5 de diciembre de 2008 el Congreso de la república aprobó el texto mediante el cual se aprueba la constitución de las denominadas sociedades anónimas simplificadas, sociedades que no se constituyen mediante escritura pública sino mediante documento privado y que se constituirían con una o varias personas naturales o jurídicas¹².

¹² . http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2008/ley_1258_2008.html

4.2.1. Visión

Gonsuat será en el año 2014 el restaurante más reconocido de Bucaramanga, en el suministro de un servicio innovador de comida corriente con sala de descanso, con los más altos estándares de calidad, atención y eficiencia humana logrando ser una empresa altamente competitiva.

4.2.2. Misión

Gonsuat Ltda., somos una organización prestadora de servicios de restaurante de comida corriente con sala de descanso, dirigido a los funcionarios y comunidad en general del sector de Cabecera, identificados con un excelente servicio al cliente e innovador, contribuyendo a conservar la salud de la población, generando beneficios a trabajadores e inversionistas.

4.2.3. Objetivos

Satisfacer las necesidades de los clientes, a través de un excelente servicio y productos de calidad.

Garantizar la rentabilidad de la empresa mediante el control de costos de la empresa.

Implementar acciones que conlleven al mejoramiento continuo de todas las áreas de la empresa.

4.2.4. Políticas

Políticas de personal. La finalidad principal en cuanto al personal será la de crear un sistema efectivo que permita seleccionar el personal adecuado a cada cargo cumpliendo con algunos parámetros tales como:

- **Reclutamiento:** Para el reclutamiento del personal la empresa atenderá a las referencias dadas por los empleados o por recomendaciones de los socios y mediante el archivo de hojas de vida de posibles candidatos.
- **Selección:** El proceso de selección se realizará aplicando como técnica la entrevista y la prueba de conocimiento y capacidad
- **Contratación:** Para las personas que laboren con la empresa se realizará un contrato a término fijo inicialmente por 6 meses, estableciendo un periodo de prueba de 2 meses y dependiendo de su capacidad y productividad se puede ampliar a un año.
- **Salario:** La política salarial se aplicará de acuerdo a la legislación laboral vigente, teniendo en cuenta los derechos y prestaciones de los trabajadores, realizando un incremento anual de ley de acuerdo al índice de inflación estimado o a lo estipulado por el gobierno nacional para el año siguiente.
- **Dotación:** La empresa dotará al personal vinculado con el proceso productivo con los elementos necesarios para higiene y aseo entre los que tenemos:
 1. Gorro protector para el cabello.
 2. Delantales.

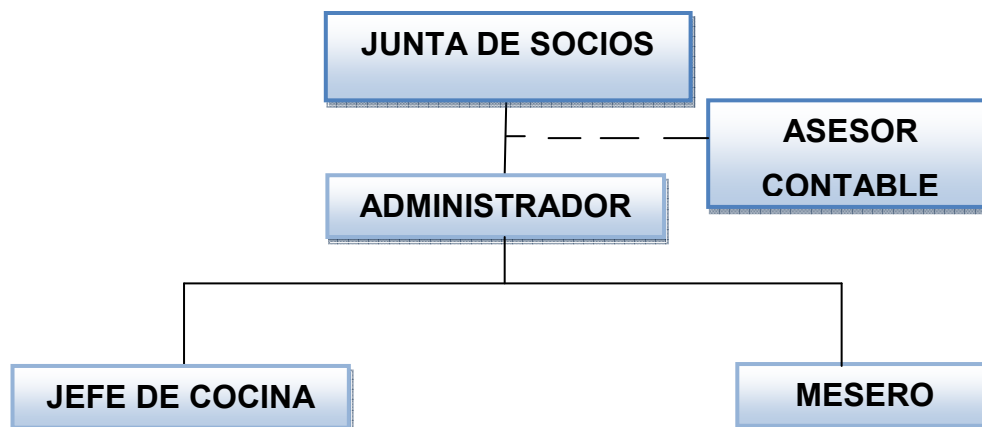
3. Uniformes
 4. Tapabocas
- **Políticas de compras.** La empresa tendrá algunos parámetros en cuanto al manejo de sus proveedores:
 - a) Proveedores que garanticen la calidad de sus productos.
 - b) Cumplimiento oportuno.
 - c) Estabilidad y buenos precios.
 - d) Disponibilidad de la materia prima durante todos los meses del año.
 - **Políticas de Ventas:** La empresa tendrá ventas a contado.
 - a) El 100% del servicio debe ser de contado.
 - b) Prestar una atención oportuna y amable respetando el orden de llegada de los clientes.
 - c) Se garantiza un servicio excelente y satisfacción de todos los clientes.

4.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.3.1. Organigrama.

El siguiente es el organigrama que se implementara en el restaurante Gonsuat.

Figura 17. Estructura Organizacional



Fuente: Autoras del proyecto.

4.3.2. Descripción y perfil de cargos

Cuadro 53. Descripción y perfil del Administrador

NOMBRE DEL CARGO: Administrador(a)	
CARGO JEFE INMEDIATO: Junta de socios	NUMERO DE CARGOS IGUALES: Ninguno
SUPERVISA A. El buen funcionamiento de la empresa	
FUNCIONES PRINCIPAL: Planear, dirigir y controlar el buen funcionamiento de las actividades de la empresa siguiendo las políticas del cargo establecido por la junta de socios.	

DETALLES DE FUNCIONES:

- Representar legalmente a la empresa.
- Trazar conjuntamente con el administrador los objetivos, políticas, metas, estrategias, misión y visión de la empresa.
- Ejercer un control constante sobre planes de ventas y mercadeo.
- Realizar actividades de mercadeo.
- Asignar precios.
- Buscar fuentes financieras.
- Direccionar las políticas de incursión al mercado.
- Efectuar todos los pagos generales de la empresa.
- Analizar y aprobar los nuevos negocios en los que se vinculen la empresa.
- Analizar y aprobar los informes financieros presentados por el asesor contable.
- Direccionar las políticas de ventas.

REQUERIMIENTOS PARA EL CARGO:

Profesión: Administrador de empresa, Gestor Empresarial, profesiones a fines.

Habilidades: Manejo de personal, buenas relaciones interpersonales

Experiencia: Haber laborado mínimo 1 año, en cargos afines a este.

Vo. Bo. Empleado

Vo. Bo. Jefe inmediato

Analista

Fuente: Autoras del proyecto.

Cuadro 54. Descripción y perfil asesor contable.

NOMBRE DEL CARGO: Asesor Contable		
CARGO JEFE INMEDIATO: Administrador	NUMERO DE CARGOS IGUALES: Ninguno	
SUPERVISA A. Administrador		
FUNCIONES PRINCIPAL: Rendir informes por escrito a la junta de socios, administrador según sea el caso, de todas la irregularidades que pasen en el funcionamiento y desarrollo del negocio.		
DETALLES DE FUNCIONES: • Le corresponde vigilar y controlar el restaurante en forma permanente, equilibrada e independiente, en los parámetros que señale la ley, estatutos y organismos sociales competentes. • Llevar la contabilidad de la empresa y las actas correspondientes de las reuniones de los socios y velar porque se conserven los comprobantes de cuentas en los términos exigidos por los entes de vigilancia. • Emitir los informes exigidos sobre los estados financieros con normas de contabilidad.		
REQUERIMIENTOS PARA EL CARGO:		
Nivel académico: profesional “Contador público”		
Experiencia: Dos años en cargos afines a este.		
_____	_____	_____
Vo. Bo. Empleado	Vo. Bo. Jefe inmediato	Analista

Fuente: Autoras del proyecto.

Cuadro 55 Descripción y perfil del Jefe de cocina.

NOMBRE DEL CARGO: Jefe de Cocina		
CARGO JEFE INMEDIATO: Administrador	NUMERO DE CARGOS IGUALES: Ninguno	
SUPERVISA A.		
FUNCIONES PRINCIPAL: Preparar los alimentos de acuerdos a lo programado por el restaurante.		
DETALLES DE FUNCIONES: • Preparar los alimentos diarios. • Mantener en perfecto orden y aseo las áreas comunes de la cocina. • Responder por los útiles y elementos de trabajo que le han sido entregados por el adecuado desempeño de sus labores. • Cuidar y mantener el control de inventario de los víveres a su cargo. • Cualquier otra función que le sea encomendada por el jefe inmediato, buscando la colaboración para el cumplimiento de las metas.		
REQUERIMIENTOS PARA EL CARGO: Nivel académico: Básica primaria Experiencia: Haber laborado mínimo 1 año, en cargos afines a este.		
Vo. Bo. Empleado Vo. Bo. Jefe inmediato Analista		

Fuente: Autoras del proyecto.

Cuadro 56 Descripción y perfil del Mesero

NOMBRE DEL CARGO: Mesero(a)		
CARGO JEFE INMEDIATO: Administrador	NUMERO DE CARGOS IGUALES: Ninguno	
SUPERVISA A.		
FUNCIONES PRINCIPAL: Preparar los alimentos de acuerdos a lo programado por el restaurante.		
DETALLES DE FUNCIONES: • Llevar los alimentos hasta la mesa donde se encuentra el huésped. • Mantener en perfecto orden y aseo las áreas comunes del comedor. • Responder por los útiles y elementos de trabajo que le han sido entregados para el acuerdo desempeño de sus labores. • Comunicar a la cocina los requerimientos de comidas que soliciten los usuarios. • Cualquier la colaboración para el cumplimiento de las metas.		
REQUERIMIENTOS PARA EL CARGO:		
Nivel académico: Básica primaria		
Experiencia: Haber laborado mínimo 1 año, en cargos afines a este.		
Vo. Bo. Empleado Vo. Bo. Jefe inmediato Analista		

Fuente: Autoras del proyecto.

4.3.3. Asignación salarial

Los salarios para los cargos tanto administrativos, como directos del servicio de restaurante, se asignaran de acuerdo a la legislación Colombiana vigente, los salarios para los cargos con mayor grado de responsabilidad se asignaran con base en las políticas de personal establecidas en el reglamento de trabajo teniendo en cuenta los estudios, el nivel de complejidad en la toma de decisiones.

Por otra parte se tendrá un asesor contable, donde se dispondrá de unos honorarios mensuales de \$200.000, mensuales. La asignación salarial se hizo de la siguiente forma:

Cuadro 57. Asignación salarial mensual para cargo.

Cargo	Número de personas	Salario mes \$
Administrador	1	900.000
Jefe de cocina	1	600.000
Mesero	1	500.000
Asesor contable	1	200.000*

*Por honorarios

Fuente: Autoras del proyecto.

Todas las personas tendrán cubierto su derecho a las prestaciones de ley, a dotación, pago de seguridad social (salud, pensión, riesgos profesionales, etc.) al igual que el pago de parafiscales.

Cuadro 58. Porcentaje para el cálculo de Prestaciones Sociales.

Prestaciones Sociales	Porcentaje %
Cesantías	8.33%
Interés sobre las cesantías	1%
Vacaciones	4.17%
Primas	8.33%
Total Prestaciones	21.83%

Fuente. Ministerio de Protección Social

Cuadro 59. Porcentaje para el cálculo de Seguridad Social.

Componentes	Porcentaje
Salud	TOTAL 12.5% 8.5% asume el empleador 4% asume el trabajador
Pensión	TOTAL 16% 12% asume el empleador 4% asume el trabajador
Riesgos profesionales	Según niveles de riesgo y los asume el empleador. 2.436% aprox.
Total Empleador	22.94%
TOTAL EMPLEADO	8%

Fuente: Ministerio de Protección Social.

La afiliación se hace con la EPS con la que el trabajador desee o con la que actualmente este vinculado, para esta clase de afiliación el trabajador debe aportar los siguientes documentos:

- a) Formulario de salud.
- b) Formulario de riesgos profesionales.
- c) Formulario de pensión.
- d) Fotocopia de la cedula de ciudadanía.

Los riesgos profesionales se calculan de acuerdo al siguiente cuadro establecido por la ley, según el nivel de exposición y riesgo de la actividad de la empresa y el trabajador.

Para el caso del restaurante de comida corriente “Gonsuat” el factor de riesgo de nivel III.

Cuadro 60. Porcentaje de cotización según “Factor riesgo”

Clase Riesgo	Valor Inicial	Valor Mínimo	Valor Máximo
I	0,52%	0,35%	0,70%
II	1,04%	0,435	1,65%
III	2,44%	0,78%	4,09%
IV	4,35%	1,74%	6,96%
V	6,96%	3,49%	8,70%

Fuente: E.S.E Francisco de Paula Santander.

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

Cuadro 61. Aportes Parafiscales

Instituciones	Porcentajes
Caja de compensación Familiar	4%
Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA)	2%
Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (I.C.B.F)	3%
Total Prestaciones	9%

Fuente: Ministerio de Protección Social

5. ESTUDIO FINANCIERO

La inversión de la empresa GONSUAT LTDA la cual se dedica a la venta de almuerzos corrientes con sala de descanso, se determino con la recopilación, comparación, interpretación y la información obtenida en el estudio de mercados, técnico-administrativo, donde se determinó el mercado objetivo, la capacidad que se puede obtener en una inversión de recursos y la posibilidad de permanencia del negocio. En el estudio financiero trata aspectos básicos como: presupuestos, costos, punto de equilibrio y estados financieros que están plasmados en los siguientes objetivos.

Objetivo General.

Ordenar y cuantificar el monto de la inversión, presupuesto de costos y gastos la fuente de financiación para la factibilidad de la creación de un restaurante de almuerzos corrientes con sala de descanso, que sirven de base para la evaluación económica.

Objetivos Específicos

- Determinar presupuestos de inversión fija, diferida, y capital de trabajo.
- Establecer costos del producto y precio del mismo.
- Realizar los estados financieros para establecer la rentabilidad de las operaciones y la capacidad para pagar las obligaciones adquiridas a corto y largo plazo.

- Hacer un análisis del punto de equilibrio para conocer el volumen de ventas para cubrir los costos totales y determinar las pérdidas o utilidades durante el periodo de proyección.
- Calcular la tasa interna de retorno para saber el interés que gana el dinero que permanecen invertido en el proyecto.

5.1 INVERSIONES

La inversión hace parte de los bienes y la cantidad de dinero que los socios tienen que aportar para determinar la viabilidad y factibilidad de la empresa GONSUAT LTDA y así poder hacerlo realidad.

5.1.1 Inversión fija

Comprende los bienes tangibles e intangibles utilizados en el restaurante, ya sean depreciables o no depreciables tales como: maquinaria y equipos, muebles y enseres, equipos de oficina.

- **Maquinaria y Equipo.** Para que el restaurante Gonsuat Ltda, pueda desarrollar su actividad requiere de maquinaria y equipos e implementos adicionales. El total de este ítem es de \$ 21.194.100.

Cuadro 62. Detalle de inversión maquinaria y equipo.

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Pocillo Te 689	80	6.400	512.000
Plato Te 689	80	4.300	344.000
Plato tortero 689	80	6.400	512.000
Plato pando 689-26	80	10.700	856.000
Bandeja 689	80	18.100	1.448.000
Bandeja Nevada	80	11.400	912.000
Plato hondo 689	80	8.300	664.000
Taza s/asa 689	80	7.000	560.000
Taza c/asa 689	80	8.000	640.000
Vasos pl.24 caja por 48 uds.	80	1.450	116.000
Copas	80	2.500	200.000
Juego de recipientes varios de cocina	1	26.000	26.000
Juego de sartén	2	35.000	70.000
Juego de cubiertos de cocina	75	3.500	262.500
Vajilla(Por 7 puestos)	10	100.000	1.000.000
Licuadaora	2	150.000	300.000
Batería de ollas	1	95.000	95.000
Plancha asadora	2	78.000	156.000
Cocina industrial	1	717.000	717.000
Hamacas	10	80.000	800.000
Sillas tejidas en mimbre	10	18.000	180.000
Mesas Rimax	20	53.000	1.060.000
Sillas Rimax	80	24.000	1.920.000
Nevera No frot LG	1	1.073.000	1.073.000
Congelador horizontal Indufrial	1	3.200.000	3.200.000
Extractor de aire	1	250.000	250.000
Platilleros	10	35.000	350.000
Olla indio 167 lt	4	224.200	896.800
Olla indio 50 lt	4	84.500	338.000
Calderos grandes	4	90.000	360.000
Bandejas plásticas	15	7.500	112.500
Cucharones fundidos industriales	2	10.000	20.000
Cucharones grandes en madera	2	18.000	36.000
Cuchillos 10´	6	25.000	150.000
Cuchillos 6´	6	12.000	72.000
Tablas de acrílico para picar	3	35.000	105.000
Calderos escurrideros	2	17.500	35.000

Valdes plásticos 120 lt	5	27.000	135.000
Valdes para el aseo	4	3.200	12.800
Poncheras plásticas	3	10.000	30.000
Bandejas para el horno	5	5.500	27.500
Manteles	40	10.000	400.000
Equipos para incendios	3	80.000	240.000
Total			21.194.100

Fuente: Cotizaciones varias.

- **Muebles y Enseres.** Bienes muebles que debe tener en cuenta el restaurante GONSUAT Ltda. para el funcionamiento y lo comprenden escritorio, silla giratoria, útiles de oficina (Véase cuadro 59)

Cuadro 63. Detalle de inversión muebles y enseres.

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorio	2	450.000	900.000
Silla giratoria	2	190.000	380.000
Útiles de oficina	1	60.000	60.000
Archivador	1	120.000	120.000
Sillas auxiliares	4	120.000	480.000
Mesa para el computadora	1	180.000	180.000
Total		1.120.000	2.120.000

Fuente: Cotizaciones varias.

- **Equipos de oficina.** Se incluye todos los equipos eléctricos y electrónicos que hacen parte del área administrativo el total es de \$ 6.867.000

Cuadro 64. Detalle de inversión equipos de oficina.

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computadora con impresora	2	1.700.000	3.400.000
Equipos de sonido	1	799.000	799.000
Ventiladores	4	137.000	548.000
Telefax	1	120.000	120.000
Tv Samsung LN268350 (Entrada PC)	2	1.000.000	2.000.000
Total		3.756.000	6.867.000

Fuente: Cotizaciones varias.

- **Total Inversión Fija.** El costo de la inversión fija para el restaurante Gonsuat Ltda es de \$ 30.181.100, distribuidos de la siguiente forma. (Véase cuadro 61)

Cuadro 65. Total de la Inversión Fija

DESCRIPCIÓN	VALOR (\$)
Maquinaria y equipo	21.194.100
Muebles y enseres	2.120.000
Equipo de oficina	6.867.000
Total	30.181.100

Fuente: Autoras del proyecto.

5.1.2. Inversión diferida.

En la inversión diferida se estima un total de \$10.887.800, que hace referencia a los desembolsos pre operativos de la empresa para cubrir requisitos de ley, estudios patentes y licencias, adecuaciones locativas de producción etc. en este también se incluye los costos relacionados con el posicionamiento inicial de la

empresa publicidad de lanzamiento al igual que medidas locativas de seguridad y constitución.

Cuadro 66. Total de la Inversión Diferida

DESCRIPCIÓN	VALOR (\$)
Estudios	2.500.000
Patentes y licencias	600.000
Adecuaciones locativas de cocina	3.000.000
Publicidad de lanzamiento	1.737.800
Medidas locativas de seguridad.	250.000
Paquete contable y empresarial	1.500.000
Constitución	1.300.000
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	10.887.800

Fuente: Autoras del proyecto.

5.1.3 Inversión en capital de trabajo.

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

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

- **Materias primas.** Las materias primas requeridas para iniciar el ciclo de producción de 240 almuerzos diarios en el primer mes se relaciona en el cuadro 64. En este caso se estima el costo total unitario de un menú diario, el valor mes y el valor anual.

Cuadro 67. Valor de la materia prima para un menú diario.

Menú Diario	Cantidad/plato	Capacidad	Valor porción	Total costo MP/año	Total costo MP/mes
Sopa	270 gms	46.800	190	8.892.000	741.000
Arroz	80 gms	46.800	320	14.976.000	1.248.000
Papa	100 gms	46.800	320	14.976.000	1.248.000
Principio granos	125 gms	46.800	200	9.360.000	780.000
Carnes	150 gms	46.800	1.500	70.200.000	5.850.000
Ensalada	100 gms	46.800	200	9.360.000	780.000
jugo de fruta	150 cm3	46.800	140	6.552.000	546.000
Postre	Porción	46.800	150	7.020.000	585.000
Total			3.020	141.336.000	11.778.000

Fuente: Autoras del proyecto.

- **Mano de Obra Directa.** La mano de obra directa es aquella que esta dedicada a los procesos propios de la elaboración del producto. Cumpliendo con ello todos los requerimientos de la ley laboral. (Véase cuadro 64)

Cuadro 68. Mano de obra directa.

Concepto	Jefe de cocina
Sueldo mes	600.000
Subsidio de transporte	59.300
Prima 8,33%	49.980
Vacaciones 4,17%	25.020
Cesantías 8,33%	49.980
Intereses cesantías 1%	4.163
Caja de Compensación Familiar 4%	24.000
I.C.B.F. 3%	18.000
SENA 2%	12.000
Salud 8,5%	51.000
Pensión 12%	72.000
Riesgos Profesionales 2,44%	14.640
Dotación 7%	42.000
Total mes	1.022.083
Total año	12.265.000

Fuente: Autoras del proyecto.

- **Costos Indirectos de Producción (CIF).** Estos son los costos que se incurren en la factibilidad del restaurante Gonsuat Ltda. los conceptos causados son: Insumos, depreciaciones, mantenimiento y otros cif(seguros), de la maquinaria.
- **Insumos.** Para la producción del restaurante Gonsuat Ltda. se requieren agua, luz, energía, gas y televisión por cable que tienen un valor de \$ 180.275 mensuales y valor anual de \$ 2.163.300.(Véase cuadro 67)

Cuadro 69. Valor insumos.

Concepto	Unidad	Valor ud.	cantidad mes	Valor mes	Valor año
Agua cm3	cc	1.156	50	57.800	693.600
Energía	Kv	415	75	31.125	373.500
Gas	m3	805	70	56.350	676.200
Televisión por cable	mes	35.000		35.000	420.000
Total				180.275	2.163.300

Fuente: Autoras del proyecto.

- **Depreciación de maquinaria y equipo del proceso de elaboración de almuerzos del restaurante Gonsuat.** El cálculo de depreciación de la maquinaria y equipo se hizo en línea recta a 10, años incluyendo un valor de salvamento ya que poseen una vida útil mayor a 5 años. (Véase cuadro 68)

Cuadro 70. Valor de la depreciación.

Activo	Valor activo del	Años depreciables	Depreciación año	Depreciación mes	Valor de salvamento
Maquinaria y equipo	21.194.100	10	2.119.410	176.618	10.597.050
TOTAL	21.194.100		2.119.410	176.618	10.597.050

Fuente: Autoras del proyecto.

- **Mantenimiento.** Es el efecto de operaciones y cuidados necesarios para que puedan seguir funcionando adecuadamente, maquinaria y equipo, para esto se fijo un 5% por año sobre el valor del activo para este gasto reposición y mantenimiento.

Cuadro 71. Mantenimiento de maquinaria y equipo

Activo	Valor del activo	Proporción %	Valor año \$	Valor mes \$
Maquinaria y equipo	21.194.100	0,05	1.059.705	88.309
TOTAL	21.194.100		1.059.705	88.309

Fuente: Autoras del proyecto.

- **Otros CIF. Seguro de maquinaria y equipo.** Corresponde a los costos de seguros que se deben tener para prevención de terremoto incendio o accidentes climáticos equivalentes al 1% del valor del activo.

Cuadro 72. Otros CIF. Seguro de maquinaria y equipo, del restaurante Gonsuat.

Activo	Valor del activo	Proporción %	Valor año \$	Valor mes \$
Maquinaria y equipo	21.194.100	0,01	211.941	17.662
TOTAL	21.194.100		211.941	17.662

Fuente: Autoras del proyecto.

Cuadro 73. Resumen de costos indirectos de fabricación CIF.

Concepto	Costo \$/Mes	Costo \$/año
Insumos	180.275	2.163.300
Depreciación	176.618	2.119.410
Mantenimiento	88.309	1.059.705
Seguro	17.662	211.941
Total	462.863	5.554.356

Fuente: Autoras del proyecto.

Total costos del servicio del restaurante Gonsuat. Para el costo del servicio de restaurante de almuerzos corrientes con sala de descanso, se necesita de materia prima, mano de obra directa y costos indirectos del servicio CIF, para el primer mes el cual asciende a \$13.262.946, equivalente a \$159.155.356, anuales.

Cuadro 74. Total costos de producción

Concepto	Costo \$/mes	Costo \$/año
Materias prima	11.778.000	141.336.000
Mano de obra directa	1.022.083	12.265.000
C.I.F	462.863	5.554.356
Total	13.262.946	159.155.356

Fuente: Autoras del proyecto.

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

Nómina del área administrativa y ventas. Corresponde al sueldo del administrador y mesero, e incluye todos los rubros exigidos por la ley laboral asciende a la suma de \$2.365.094, para un total al año de \$28.381.133.

Cuadro 75. Nomina de Administración y Ventas.

Concepto	Administrador	Mesero
Sueldo mes	900.000	500.000
Subsidio de transporte	59.300	59.300
Prima 8,33%	74.970	41.650
Vacaciones 4,17%	37.530	20.850
Cesantías 8,33%	74.970	41.650
Intereses cesantías 1%	6.245	3.469
Caja de Compensación Familiar 4%	36.000	20.000
I.C.B.F. 3%	27.000	15.000
SENA 2%	18.000	10.000
Salud 8,5%	76.500	42.500
Pensión 12%	108.000	60.000
Riesgos Profesionales 2,44%	21.960	12.200
Dotación 7%	63.000	35.000
Total mes	1.503.475	861.619
Total año	18.041.700	10.339.433

Fuente: Autoras del proyecto.

Cuadro 76. Depreciación de muebles y enseres y equipo de cómputo

Activo	Valor del activo	Años depreciables	Depreciación año	Depreciación mes	Valor de salvamento
Muebles y enseres	2.120.000	10	212.000	17.667	1.060.000
Equipo de computo	6.867.000	5	1.373.400	114.450	-
Total	8.987.000		1.585.400	132.117	1.060.000

Fuente: Autoras del proyecto.

- **Amortización de diferidos.** Los gastos pre operativos para poner en el restaurante Gonsuat se amortizan en un periodo 5 años , durante la vida de evaluación del proyecto.(Véase cuadro 80)

Cuadro 77. Amortización de diferidos

Fuente: Autoras del proyecto.

Activo	Valor del activo	Años Amortizables	Amortización \$ año	Valor \$mes
Diferidos	10.887.800	5	2.177.560	181.463
TOTAL	10.887.800		2.177.560	181.463

- **Gastos Generales de Administración.** Los gastos generales de administración y ventas comprenden los honorarios del Contador, arriendo, publicidad, mantenimiento, seguros, servicio públicos, papelería, aseo y cafetería (Véase cuadros 75).

Cuadro 78. Valor del mantenimiento de activos administrativos

Activo	Valor del activo	Proporción %	Valor año \$	Valor mes \$
Muebles y enseres	2.120.000	0,05	106.000	8.833
Equipo de computo	6.867.000	0,05	343.350	28.613
TOTAL	8.987.000		449.350	37.446

Fuente: Autoras del proyecto.

Cuadro 79. Valor de seguros de activos de administración

Activo	Valor del activo	Proporción %	Valor año \$	Valor mes \$
Muebles y enseres	2.120.000	0,01	21.200	1.767
Equipo de computo	6.867.000	0,01	68.670	5.723
TOTAL	8.987.000		89.870	7.489

Fuente: Autoras del proyecto.

Cuadro 80. Total gastos generales

Concepto	Valor mes \$	Valor \$/año
Honorarios	250.000	3.000.000
Arriendo	1.500.000	18.000.000
Publicidad	190.000	2.280.000
Mantenimiento	37.446	449.350
Seguros	7.489	89.870
Servicios públicos	120.000	1.440.000
Papelería	80.000	960.000
Aseo y cafetería	50.000	600.000
Total	2.234.935	26.819.220

Fuente: Autoras del proyecto.

- **Total de gastos de administración y ventas.** Los gastos de administración y Ventas del restaurante Gonsuat Ltda. tienen un valor mensual \$4.913.609, que representa un valor anual de \$58.963.313. (Véase cuadro 81).

Cuadro 81. Total gastos de administración y ventas

Concepto	Valor \$ mes	Valor \$año
Nómina	2.365.094	28.381.133
Depreciación	132.117	1.585.400
Amortización	181.463	2.177.560
Gastos generales	2.234.935	26.819.220
Total	4.913.609	58.963.313

Fuente: Autoras del proyecto.

- **Gastos financieros.** Corresponde a los intereses del crédito de \$20.000.000 que se requieren para financiar el montaje de la empresa. El monto para el primer mes que debe cancelar es de \$ 487.200. Véase cuadro 82).

Cuadro 82. Gastos Financieros

Concepto	mes 1	Año 1
Intereses	483.200	5.266.880
Total	483.200	5.266.880

Fuente: Autoras del proyecto.

Cuadro 83. Resumen de capital de trabajo

DESCRIPCIÓN	VALOR (\$)
Costos directos del servicio	12.849.566
Gastos de administración y ventas	4.298.695
Gastos financieros	483.200
Total	17.631.461

5.1.4 Inversión total.

La inversión total para la factibilidad de un restaurante de comida corriente con sala de descanso es de \$ 58.700.361, el cual está distribuido en inversión fija, diferida y capital de trabajo o dinero circulante. (Véase cuadro 84)

Cuadro 84. Total de la inversión

DESCRIPCIÓN	VALOR (\$)
Inversión fija	30.181.100
Inversión diferida	10.887.800
Capital de trabajo	17.631.461
Total	58.700.361

Fuente: Autoras del proyecto.

5.1.5 Fuentes de financiación.

La fuente de financiación para la factibilidad del restaurante de comida corriente de comida corriente con sala de descanso se requiere de una inversión inicial de \$58.700.361, de los cuales los socios inversionistas interesados en su realización, aportaran un total de \$38.700.361, por lo tanto se ve en la necesidad de tramitar un crédito bancario por la suma de \$20.000.000 (Véase cuadro 85)

Cuadro 85. Financiación

Recursos	Valor \$	%
Recursos crédito	20.000.000	34
Recursos propios	38.700.361	66
Total	58.700.361	100

Fuente: Autoras del proyecto.

Para la consecución del crédito de \$20.000.00, se acudirá Banco Agrario quién posee crédito de libre inversión que tiene como objetivo apoyar a pequeñas y nuevas empresas con un plazo de 5 años pagaderos en cuotas mensuales. Este crédito de destinará para financiar capital de trabajo e inversión fija.

- **Amortización del Crédito Bancario.** Se tomará con la entidad Financiera un crédito por valor total de capital de \$20.000.000, con una tasa efectiva anual del 29%, y pagadero en 60 meses, mediante cuotas mensuales.

Revisadas las fuentes de financiación se decidió por solicitar el crédito al Banco Agrario, que se tomara al momento de dar inicio la empresa el cual esta formado por las siguientes características: (Véase cuadro 86)

Capital solicitado \$20.000.000

Tasa mensual: 2.41 % A junio de 2.009

Plazo: 60 meses

Cuotas mensuales

Cuadro 86. Tabla de amortización de crédito

PERIODO	INVERSION	INTERESES	AMORTIZACION	CUOTA	SALDO
0	20.000.000				20.000.000
1		483.200	333.333	816.533	19.666.667
2		475.147	333.333	808.480	19.333.333
3		467.093	333.333	800.427	19.000.000
4		459.040	333.333	792.373	18.666.667
5		450.987	333.333	784.320	18.333.333
6		442.933	333.333	776.267	18.000.000
7		434.880	333.333	768.213	17.666.667
8		426.827	333.333	760.160	17.333.333
9		418.773	333.333	752.107	17.000.000
10		410.720	333.333	744.053	16.666.667
11		402.667	333.333	736.000	16.333.333
12		394.613	333.333	727.947	16.000.000
Subtotal		5.266.880	4.000.000	9.266.880	16.000.000
13		386.560	333.333	719.893	15.666.667
14		378.507	333.333	711.840	15.333.333
15		370.453	333.333	703.787	15.000.000
16		362.400	333.333	695.733	14.666.667
17		354.347	333.333	687.680	14.333.333
18		346.293	333.333	679.627	14.000.000
19		338.240	333.333	671.573	13.666.667
20		330.187	333.333	663.520	13.333.333
21		322.133	333.333	655.467	13.000.000
22		314.080	333.333	647.413	12.666.667
23		306.027	333.333	639.360	12.333.333
24		297.973	333.333	631.307	12.000.000

PERIODO	INVERSION	INTERESES	AMORTIZACION	CUOTA	SALDO
Subtotal		4.107.200	4.000.000	8.107.200	12.000.000
25		289.920	333.333	623.253	11.666.667
26		281.867	333.333	615.200	11.333.333
27		273.813	333.333	607.147	11.000.000
28		265.760	333.333	599.093	10.666.667
29		257.707	333.333	591.040	10.333.333
30		249.653	333.333	582.987	10.000.000
31		241.600	333.333	574.933	9.666.667
32		233.547	333.333	566.880	9.333.333
33		225.493	333.333	558.827	9.000.000
34		217.440	333.333	550.773	8.666.667
35		209.387	333.333	542.720	8.333.333
36		201.333	333.333	534.667	8.000.000
Subtotal		2.947.520	4.000.000	6.947.520	8.000.000
37		193.280	333.333	526.613	7.666.667
38		185.227	333.333	518.560	7.333.333
39		177.173	333.333	510.507	7.000.000
40		169.120	333.333	502.453	6.666.667
41		161.067	333.333	494.400	6.333.333
42		153.013	333.333	486.347	6.000.000
43		144.960	333.333	478.293	5.666.667
44		136.907	333.333	470.240	5.333.333
45		128.853	333.333	462.187	5.000.000
46		120.800	333.333	454.133	4.666.667
47		112.747	333.333	446.080	4.333.333
48		104.693	333.333	438.027	4.000.000
Subtotal		1.787.840	4.000.000	5.787.840	4.000.000
49		96.640	333.333	429.973	3.666.667
50		88.587	333.333	421.920	3.333.333
51		80.533	333.333	413.867	3.000.000
52		72.480	333.333	405.813	2.666.667
53		64.427	333.333	397.760	2.333.333
54		56.373	333.333	389.707	2.000.000
55		48.320	333.333	381.653	1.666.667

PERIODO	INVERSION	INTERESES	AMORTIZACION	CUOTA	SALDO
56		40.267	333.333	373.600	1.333.333
57		32.213	333.333	365.547	1.000.000
58		24.160	333.333	357.493	666.667
59		16.107	333.333	349.440	333.333
60		8.053	333.333	341.387	- 0
Subtotal		628.160	4.000.000	4.628.160	
Total		14.109.440	20.000.000	34.737.600	

Fuente: Banco Agrario a Junio de 2.009.

5.2 COSTOS.

Los costos de operación del restaurante Gonsuat Ltda., se dividen en costos fijos y costos variables.

5.2.1. Costos fijos.

Son aquellos que causan sin importar el volumen de producción alcanzando por el restaurante Gonsuat Ltda., en el periodo de tiempo específico, (Véase cuadro 87).

Cuadro 87. Costos Fijos

Costos fijos	Almuerzos corrientes
Nómina	28.381.133
Depreciación	1.585.400
Amortización	2.177.560
Mano de obra directa	12.265.000
Honorarios	3.000.000
Arriendo	18.000.000
Publicidad	2.280.000
Mantenimiento	449.350
Seguros	89.870

Costos fijos	Almuerzos corrientes
Servicios públicos	1.440.000
Papelería	960.000
Aseo y cafetería	600.000
Gastos financieros	5.266.880
Total costos fijos	76.495.193

Fuente: Autoras del proyecto.

5.2.2. Costos variables.

Son los que depende de la cantidad de unidades en este caso almuerzos, que se produzcan en una unidad de tiempo determinada. Por lo tanto los costos variables incluyen materias primas que van incorporadas al producto final mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación. (Véase cuadro 88).

Cuadro 88. Costos variables

Costos variable	Almuerzos corrientes
Materia primas	141.336.000
Insumos	2.163.300
Depreciación	2.119.410
Mantenimiento	1.059.705
Otros cif (Seguros)	211.941
Total costos variables	146.890.356

Fuente: Autoras del proyecto.

5.2.3. Costos totales.

Es la suma de los costos variables y costos fijos, el cual da el costo total del producto este sirve para calcular el precio de venta. El costo total unitario por almuerzo es de \$4.773 (Ver cuadro 89)

Cuadro 89. Costo total del restaurante Gonsuat Ltda.

Costos totales	Almuerzos corrientes
Costos fijos	76.495.193
Costos variables	146.890.356
Costos totales	223.385.549
Unidades	46.800
Costo total unitario	4.773

Fuente: Autoras del proyecto.

5.2.4. Precio de venta.

Para hallar el precio de venta del restaurante Gonsuat Ltda. Se determino de la siguiente forma Costo total dividido en uno menos la utilidad esperada para el primer año que es del 10%. También se tuvo en cuenta el precio que están dispuestos a pagar los empleados y comunidad en general teniendo en cuenta que en la zona de Cabecera del Llano del municipio de Bucaramanga no hay un establecimiento que ofrezca un servicio que cumpla con estas condiciones (Véase cuadro 90).

Cuadro 90. Precio de Venta del restaurante Gonsuat

Costo unitario	4.773
Precio de venta \$	5.304

Fuente: Autoras del proyecto.

5.3. PRESUPUESTO DE EGRESOS E INGRESOS.

El presupuesto de ingresos y egresos se ha calculado para los primeros 5 años de la empresa es necesario para el restaurante Gonsuat Ltda., obtener ingresos por la venta de ingresos para cubrir los costos y los gastos que a diario se dan en la actividad de la empresa.

5.3.1. Egresos.

Lo conforman los costos de producción, gastos de administración y ventas, y los gastos financieros proyectados a 5 años, se proyecto según el crecimiento gradual de la capacidad de producción. (Ver cuadro 91,92 y 93)

Cuadro 91. Costos del servicio proyectado a 5 años

Concepto	Valor Año 1 \$	Valor Año 2 \$	Valor Año 3 \$	Valor Año 4 \$	Valor Año 5 \$
Materias prima	141.336.000	169.603.200	197.870.400	226.137.600	254.404.800
Mano de obra directa	12.265.000	14.718.000	17.220.060	19.630.868	22.182.881
C.I.F	5.554.356	6.665.227	7.798.316	8.890.080	10.045.790
Total	159.155.356	190.986.427	222.888.776	254.658.548	286.633.472

Fuente: Autoras del proyecto.

Cuadro 92. Gastos de Administración y Ventas Proyectados a 5 Años

Fuente: Autoras del proyecto.

Concepto	Valor \$año 1	Valor \$año 2	Valor \$año 3	Valor \$año 4	Valor \$año 5
Nómina	28.381.133	28.381.133	28.381.133	28.381.133	28.381.133
Depreciación	1.585.400	1.585.400	1.585.400	1.585.400	1.585.400
Amortización	2.177.560	2.177.560	2.177.560	2.177.560	2.177.560
Gastos generales	26.819.220	26.819.220	26.819.220	26.819.220	26.819.220
Total	58.963.313	58.963.313	58.963.313	58.963.313	58.963.313

Cuadro 93. Proyección de los Gastos financieros Proyectados a 5 años

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses	5.266.880	4.107.200	2.947.520	1.787.840	628.160
Total	5.266.880	4.107.200	2.947.520	1.787.840	628.160

Fuente: Autoras del proyecto.

5.3.2. Ingresos.

Los ingresos proyectados para la empresa en los próximos 5 años son los siguientes.

Cuadro 94. Proyección de Ventas del restaurante Gonsuat Ltda.

Año	Nº Almuerzos	Precio de venta por almuerzo	Ingresos totales
Año 1	46.800	5.304	248.206.166
Año 2	56.160	5.304	297.847.399
Año 3	65.520	5.304	347.488.632
Año 4	74.880	5.304	397.129.866
Año 5	84.240	5.304	446.771.099

Fuente: Autoras del proyecto.

5.4. PUNTO DE EQUILIBRIO.

El punto de equilibrio, es utilizado para examinar la relación de los costos y las utilidades con el volumen mínimo de ventas que la empresa requiere realizar para no perder ni ganar, es decir que estas sean iguales a la suma de los costos y los gastos.

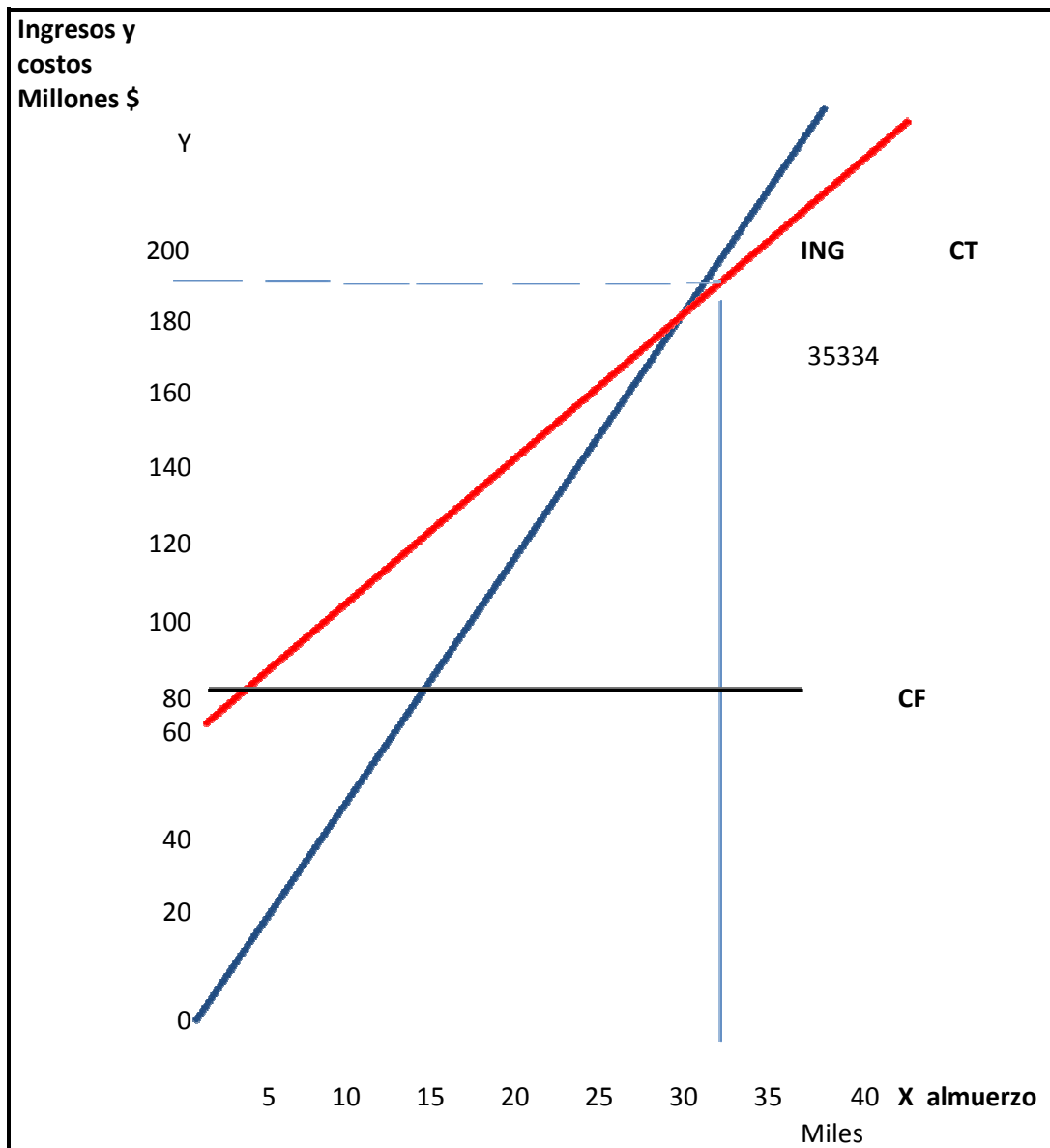
Cuadro 95. Punto de equilibrio.

Concepto	Valor \$
Ingresos por ventas (35,334,81 x 5,304)	187.399.959
Menos Costos variables totales (35,334,81*3139)	110.904.766
Margen de contribución	76.495.193
Menos costos fijos	76.495.193
Utilidad	0.00

Fuente: Autoras del proyecto.

En la figura 18 se presenta de manera grafica el punto de equilibrio.

Figura 18. Punto de Equilibrio



Fuente: Autoras del proyecto.

5.5. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.

El estado de resultados permite obtener la utilidad neta esperada para el periodo de los 5 primeros años, como se muestra en el cuadro 96.

5.5.1. Estado de ganancias y pérdidas.

Refleja el estado dinámico obtenido a partir del desarrollo de la actividad de la empresa en un plazo determinado, reflejando los ingresos, costo, gastos y pérdidas y beneficios obtenidos durante un periodo por la empresa (Véase cuadro 96).

Cuadro 96. Estado de ganancias y perdidas

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ingresos por ventas	248.206.166	297.847.399	347.488.632	397.129.866	446.771.099
Tota Ingresos	248.206.166	297.847.399	347.488.632	397.129.866	446.771.099
Costos del servicio	159.155.356	190.986.427	222.888.776	254.658.548	286.633.472
Utilidad Marginal	89.050.810	106.860.972	124.599.857	142.471.317	160.137.627
Gastos de administración y ventas	58.963.313	58.963.313	58.963.313	58.963.313	58.963.313
Gastos Financieros	5.266.880	4.107.200	2.947.520	1.787.840	628.160
Utilidad antes de Imp.	24.820.617	43.790.459	62.689.023	81.720.164	100.546.154
Impuestos 33%	8.190.803	14.450.851	20.687.378	26.967.654	33.180.231
Utilidad Neta	16.629.813	29.339.607	42.001.646	54.752.510	67.365.923
Reserva legal 10%	1.662.981	2.933.961	4.200.165	5.475.251	6.736.592
Utilidad por distribuir	14.966.832	26.405.647	37.801.481	49.277.259	60.629.331

Fuente: Autoras del proyecto.

Flujo de caja o efectivo. Este sistema permite establecer cuales son los saldos de efectivo que se pueden tener al final del periodo en un lapso de 5 años,

previendo cual ser el curso probable de caja en dicho periodo. (Véase cuadro 97).

Cuadro 97. Flujo de Caja proyectado a 5 años.

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Entradas						
Efectivo						
Ingresos por ventas	-	248.206.166	297.847.399	347.488.632	397.129.866	446.771.099
Aporte de socios	38.700.361					
Crédito	20.000.000					
Total de Entradas	58.700.361	248.206.166	297.847.399	347.488.632	397.129.866	446.771.099
Salidas						
Maquinaria y equipos	21.194.100					
Muebles y enseres	2.120.000					
Equipo de oficina	6.867.000					
Total inversión fija	30.181.100					
Diferidos	10.887.800					
Costos de producción	-	159.155.356	190.986.427	222.888.776	254.658.548	286.633.472
Gastos de administración		58.963.313	58.963.313	58.963.313	58.963.313	58.963.313
Gastos Financieros		5.266.880	4.107.200	2.947.520	1.787.840	628.160
Impuesto renta		8.190.803	14.450.851	20.687.378	26.967.654	33.180.231
Reserva legal		1.662.981	2.933.961	4.200.165	5.475.251	6.736.592
Total salidas	41.068.900	233.239.334	271.441.753	309.687.151	347.852.607	386.141.768
Saldo (Entradas - salidas)	17.631.461	14.966.832	26.405.647	37.801.481	49.277.259	60.629.331
Más depreciación		3.704.810	3.704.810	3.704.810	3.704.810	3.704.810
Más Amortización diferidos		147.667	147.667	147.667	147.667	147.667
Más Reserva legal		1.662.981	2.933.961	4.200.165	5.475.251	6.736.592

Menos pago a Principal		4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000
Total saldo neto	17.631.461	16.482.290	29.192.084	41.854.122	54.604.986	67.218.400
Recuperación de inversión						38.700.361
Inversión residual de activos						11.657.050
Total flujo neto		16.482.290	29.192.084	41.854.122	54.604.986	117.575.811
Saldo Inicial		17.631.461	34.113.751	63.305.835	105.159.957	159.764.943
Saldo Final	17.631.461	34.113.751	63.305.835	105.159.957	159.764.943	226.983.343

Fuente: Autoras del proyecto.

5.5.2. Balance general.

El balance general proyectado muestra, el comportamiento financiero del restaurante Gonsuat Ltda. Podría arrojar los resultados para los 5 primeros años de ejercicio (Véase cuadro 98).

Cuadro 98. Balance General proyectado

Concepto	Año 0	Año 1
ACTIVOS		
Activo corriente		
Caja y Bancos	17.631.461	34.113.751
Total activo corriente	17.631.461	34.113.751
ACTIVO FIJO		
Maquinaria y equipos	21.194.100	21.194.100
Muebles y enseres	2.120.000	2.120.000
Equipo de oficina	6.867.000	6.867.000
Total inversión fija	30.181.100	30.181.100
Menos Dep. Acumulada.		3.704.810
Total activo fijo	30.181.100	26.476.290
Diferidos	10.887.800	10.887.800
Menos Amortización dife. Acumu.		147.667
Total Activos diferidos	10.887.800	10.740.133
TOTAL ACTIVOS	58.700.361	71.330.174
PASIVOS		

PASIVO CORRIENTE		
Obligaciones a corto plazo	4.000.000	4.000.000
Total pasivo corriente	4.000.000	4.000.000
Pasivo no corriente		
Obligaciones a largo plazo	16.000.000	12.000.000
Total pasivo no corriente	16.000.000	12.000.000
Total Pasivos	20.000.000	16.000.000
Patrimonio		
Aporte de socios	38.700.361	38.700.361
Reserva legal		1.662.981
Utilidades del ejercicio		14.966.832
Utilidades del ejercicio anteriores		
PATRIMONIO	38.700.361	55.330.174
Total (Pasivo+Patrimonio)	58.700.361	71.330.174

Fuente: Autoras del proyecto.

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1. IMPACTO SOCIAL

El desarrollo del proyecto denominado GONSUAT LTDA presenta múltiples aspectos positivos que representa a la incidencia que este tiene en beneficio de la comunidad.

Sin duda una alternativa de desarrollo sostenible para el sector de Cabecera del Llano del municipio de Bucaramanga, el cual continúa en constante evolución, esto se observa en los diversos establecimientos de comercio que funcionan desde hace años y en los que se instalan constantemente, siendo específicamente los generadores de empleo como: Almacenes de cadena, recreación y entidades bancarias etc. En lo referente al producto objeto de este proyecto, el servicio de restaurante de comida corriente con sala de descanso como resultado del progreso de las regiones, se logran beneficios en términos de mejoramiento del nivel de vida de la población y empleados de dichos establecimientos, esta situación favorece la implementación de este nuevo proyecto.

Otro aspecto importante es el aprovechamiento del tiempo de descanso, pues mientras que un empleado regresa a su casa gasta más tiempo y llegando en muchos casos a estresarse por trancones y el largo recorrido los trabajadores de esta zona pueden aprovechar el tiempo y darse un pequeño descanso con música suave y haciendo una pequeña siesta.

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 dos trabajos directos y dos indirectos.

De igual forma 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.

6.2. IMPACTO AMBIENTAL

Por tratarse de un establecimiento dedicado a la elaboración de almuerzos corrientes, se generan residuos que se clasifican como residuos sólidos y residuos líquidos, se deben tener en cuenta el impacto ambiental que este genere.

Las consecuencias que el proyecto puede traer son: residuos sólidos se encuentran: restos orgánicos de la preparación de alimentos, restos orgánicos provenientes de comida no consumida.

En los residuos líquidos se encuentran: restos de aceite de fritura, aguas de lavado, además las operaciones de preparación de almuerzos corrientes, generan problemas de emisión de olores y humos.

Lo anterior debe ser tenido en cuenta 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 y demás desechos.

6.2.1 Análisis de riesgos.

En economía, estimación de los riesgos implícitos en una actividad. Todas las decisiones que se toman implican cierto grado de incertidumbre o de riesgo. Por lo tanto, es importante evaluar los inherentes, por ejemplo, a la inversión requerida para ampliar un negocio antes de efectuar dicha operación. Los dos elementos esenciales son la identificación de los posibles riesgos (lo que implica también su cuantificación) y la evaluación de éstos.

La identificación depende, en gran medida, de la información disponible; la evaluación, de una combinación de las matemáticas con la valoración subjetiva del analista, pues éste debe ponderar la probabilidad de ocurrencia de los riesgos. El cálculo de los riesgos máximo y mínimo es una tarea sencilla hasta cierto punto; lo que importa es valorar con precisión el riesgo real: la posibilidad de que se produzca el resultado previsto. A la hora de medir los riesgos es importante determinar el grado de control (si se verifica) que se ejerce sobre dichos riesgos.

La calidad de la información que posee una empresa puede aumentar si se dedican fondos a la investigación; por ejemplo, realizando una investigación para determinar la cuota de mercado que se puede obtener para un nuevo producto en una determinada localidad. El dinero invertido en mejorar la información aumenta los costes de la actividad que se quiere emprender. Por lo tanto, también habrá que valorar hasta qué punto merece la pena invertir cantidades adicionales para mejorar la información disponible.

El análisis de riesgos no es un proceso estático. Las conclusiones deben revisarse cuando se obtiene información adicional o cuando las circunstancias varían. Es normal comparar entre diferentes opciones posibles, contratando los riesgos y las rentabilidades potenciales; la hipótesis de contraste que se emplea siempre es la llamada “hipótesis cero”, esto es, la opción de no hacer nada.

El análisis de riesgos consiste sobre todo en un cálculo de probabilidades de ocurrencia de sucesos de valoración diversa. Las opciones más rentables son siempre las más arriesgadas, por ello la decisión final dependerá de la aversión al riesgo del directivo o agente decisivo. Si es alta, elegirá la opción que implique las menores pérdidas posibles.

6.3. EVALUACIÓN FINANCIERA

6.3.1 Valor Presente Neto.

Mide el rendimiento del proyecto frente a la inversión en las alternativas convencionales, las cuales rinden a la tasa de interés de oportunidad.

Para el cálculo de la TMAR, se tiene la siguiente fórmula:

$$TMAR = ((1 + FI) \times (1 + TR)) - 1 \times 100$$

Donde:

FI: Inflación del 2008 es el 7,67%

TR: Es de 10%.

$$TMAR = ((1,0767) \times (1,10)) - 1 \times 100 = 18,347\%$$

$$TMAR = (18,347 \times 0.66) + (0,34 \times (29,00 \times (1 - 0.33)))$$

$$TMAR = 18,77462\%$$

TMAR deflactada:

$$TMAR = \frac{(1 + TMAR)}{(1 + TI)} - 1 * 100 = \frac{1,1877462}{1,0767} - 1 \times 100 = 10,31\%$$

Se define como la diferencia entre los ingresos y egresos (incluido como egreso la inversión) a valores actualizados a una tasa del 10,31%

$$VPN = 178.968.505 - 58.709.293$$

$$VPN = \$120.268.144$$

El VPN de \$120.268.144, es superior a cero (0), por lo tanto se dice que el proyecto es rentable y conveniente para su ejecución.

Cuadro 99. Valor presente neto (VPN)

Periodo	Inversión	Flujos Netos	Factor de	Flujos Netos	VPN
		Sin Actualizar	Actualización	Actualizados	Actualizados
			(1+i)		
0	58.700.361				-58.700.361
1		16.482.290	0,9065	14.941.196	14.941.196
2		29.192.084	0,8218	23.990.055	23.990.055
3		41.854.122	0,7449	31.177.136	31.177.136
4		54.604.986	0,6754	36.880.208	36.880.208
5		117.575.811	0,6122	71.979.911	71.979.911
Total		259.709.293		178.968.505	120.268.144

Fuente: Autoras del proyecto.

6.3.2 Tasa Interna de Retorno (TIR.).

Esta refleja la tasa de interés o rentabilidad que el proyecto arrojará periodo durante toda su vida útil.

Utilizando la hoja electrónica Excel se calcula y da una TIR del 53,18% por lo tanto se puede concluir que el proyecto es viable.

Cuadro 100. Tasa interna de retorno (TIR)

Periodo	Inversión	Flujos Netos	Factor de	Flujos Netos	Flujos Netos
			Actualización	Actualizados	actualizados
			(1+r)		
0	58.700.361	- 58.700.361			- 58.700.361
1		16.482.290	0,6528	10.759.639	10.759.639
2		29.192.084	0,4262	12.441.666	12.441.666
3		41.854.122	0,2782	11.643.817	11.643.817
4		54.604.986	0,1816	9.916.266	9.916.266
5		117.575.811	0,1186	13.944.491	13.944.491
Total				58.705.878	5.517

Fuente: Autoras del proyecto.

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.

Cuadro 101. Recuperación de la Inversión

Periodo	Inversión	Flujos Netos	SalDOS
		Actualizados	
0	58.700.361		(58.700.361)
1		14.941.196	(43.759.165)
2		23.990.055	(19.769.111)
3		31.177.136	11.408.025

Fuente: Autoras del proyecto.

12		31.177.136
X	-	19.769.111
X=	-	7,61
1		30
0,61		X
X=		18

El restaurante GOSUAT LTDA Para una inversión de \$58.700.361, se recuperará en un periodo de tiempo de 2 años, 7 meses y 18 días aproximadamente, tiempo necesario para un monto relativamente bajo.

6.3.4 Análisis de las razones financiera.

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:

Razones de Liquidez

Razones de Endeudamiento

Razones de Actividad

Razones de Rentabilidad

➤ **RAZON DE LIQUIDEZ.** Indica la capacidad que tiene la empresa como respaldar sus deudas a través de sus activos corrientes créditos financiero y capital de trabajo requerido para el funcionamiento del restaurante GONSUAT LTDA.

➤ **Razón Corriente.** Se da en la siguiente relación.

$RC = \text{ACTIVOS CORRIENTES} / \text{PASIVOS CORRIENTES}$

$RC = 34.113.751 / 4.000.000 = 8,53$

Esto quiere decir que el restaurante GONSUAT tiene, cuenta con \$8,53, en el primer año de funcionamiento para cubrir la deuda y por cada peso que deba a corto plazo, durante los próximos 5 años la empresa mantiene su liquidez.

➤ **Razones de endeudamiento.** Mide la participación de los acreedores en el financiamiento del proyecto a la vez que establecen el riesgo de los acreedores y de los dueños. Se da en la relación.

- Nivel de endeudamiento. En este nivel se aprecia el porcentaje de participación de los acreedores dentro de la empresa, se determina de la siguiente manera.

Endeudamiento = PASIVOS TOTALES/ACTIVOS TOTALES

Endeudamiento= $16.000.000/71.330.174 \times 100 = 22,43\%$

El ejercicio contable indica que por cada peso que la empresa tiene invertidos en activos el 0,2243 queda como remanente de la financiación de los acreedores, en otras palabras los acreedores (Banco) son dueños del 22.43% de la empresa en el primer año. La proyección muestra un nivel aceptable de endeudamiento con pocas posibilidades de riesgo, progresivamente el nivel de endeudamiento va disminuyendo en los años siguientes de vida útil del proyecto finalizando con el cubrimiento de la totalidad de la deuda.

➤ **Razones de actividad.** rotación de actividad mide la efectividad con que la empresa está usando los recursos, en la utilización de los activos y su velocidad de recuperación de los valores aplicados a ellos donde se pretende producir los más altos resultados con el mínimo de inversión y una forma de controlar dicha minimización es mediante estas razones.

- **Rotación de activos totales.** Corresponden a los activos totales sin descontar la depreciación, se calcula de la siguiente forma

$RAT = \text{INGRESOS POR VENTAS} / \text{TOTAL ACTIVO}$

$RAT = 248.206.166 / 71.330.174 \times 100 = 3,48\%$

Para el Restaurante GONSUAT el primer año de operaciones la rotación de activos fue de 3,48 veces que en otros términos se puede decir que por cada peso invertido en activos totales generó ventas de 0,348 que va aumentando en siguientes años lo que quiere decir que la empresa recursos a activos directamente relacionados con su objeto social.

- **Razones de rentabilidad.** La razón de Rentabilidad sirve para medir la efectividad de la administración para controlar los costos y gastos y convertir las ventas en utilidades.

La rentabilidad se encuentra asociada con las ventas, los activos y el capital. Para medir la rentabilidad se analizaron las siguientes razones:

- **Margen bruto de ganancias.** La utilidad bruta dividida por las ventas netas mide la utilidad que se genera descontando de las ventas el costo de producción.

$$\text{MBG} = \text{UTILIDAD BRUTA} / \text{VENTAS NETAS} * 100 = \%$$

$$\text{MBG} = 24.820.617 / 248.206.166 = 10\%$$

Para el primer año el margen bruto de ganancia es aceptable, debido a que por cada peso que la empresa venda se genera una utilidad bruta antes de impuestos del 10%.

- **Margen neto de ganancias.** Este se calcula de la siguiente manera.

$$\text{MNG} = \text{UTILIDAD NETA} / \text{VENTAS NETAS} * 100$$

$$\text{MNG} = 16.629.813 / 248.206.166 = 6,70\%$$

La rentabilidad que genera el proyecto es de 6.7 % una vez deducidos los impuestos y reserva y equivale a que por cada peso vendido se genera 0.067 centavos de utilidad neta que aumenta en la vida útil del proyecto en la medida que se reducen los gastos financieros y se incrementan los ingresos.

CONCLUSIONES

- La estimación de la demanda se calculó de acuerdo a la información suministrada por los trabajadores de las empresas ubicados en el sector de Cabecera del Llano del municipio de Bucaramanga de los cuales el 88% manifestó que le gusta el restaurante de comida corriente con sala de descanso.
- La finalidad de este trabajo fue establecer la factibilidad para la creación de un restaurante de comida corriente con sala de descanso en la zona de Cabecera del Llano del municipio de Bucaramanga en aras de cubrir la demanda de este sector.
- Desde el punto de vista del análisis de este proyecto se determinó la viabilidad técnica y administrativa, ya que los elementos físicos, técnicos, humanos y financieros que hacen parte del proyecto se adquieren fácil en la región.
- En la evaluación del proyecto permitió concluir que el impacto social es positivo, toda vez que se constituyó como un apoyo a las empresas del sector de cabecera del llano y la mano de obra de directa e indirecta en esta ciudad y que esta puede contar con un restaurante de comida corriente con sala de descanso de alta calidad.
- El impacto ambiental, no constituye ningún riesgo, ya que la mayoría de los desechos que se producen son de carácter orgánico y por tal razón no contaminan el ambiente. Para los residuos inorgánicos, se prevén procesos

de reciclaje y que estos sean procesados adecuadamente por las entidades y empresas.

- La evaluación financiera determino que GONSUAT LTDA cuenta con una rentabilidad buena y retorno de capital, lo cual permite una segura inversión con una proyección de crecimiento a mediano plazo.

RECOMENDACIONES

Del desarrollo del estudio descrito en las páginas precedentes se pueden extraer las siguientes conclusiones:

- a) A los estudiantes que están en proceso de desarrollar sus proyectos de grado para obtener el título de Profesional en Gestión Empresarial, se les recomienda estudiar propuestas destinadas a cubrir necesidades que se encuentren en crecimiento a futuro.
- b) Se recomienda para el montaje del proyecto, seguir los parámetros descritos en el trabajo, en especial lo relacionado con el diseño de la planta, diseño de procesos y la dotación ya que a través de ellos es posible lograr una empresa rentable y con grandes expectativas de crecimiento y posicionamiento en la región.
- c) Para los posibles inversionistas, se recomienda considerar la posibilidad de crear una alternativa de negocios como la propuesta en este documento, ya que sus indicadores de solidez, utilidad, crecimiento y recuperación son excelentes.
- d) Mantener una publicidad constante durante el primer año, sobre los servicios que ofrecerá Gonsuat Ltda.

BIBLIOGRAFÍA

BACCA U., Gabriel. Evaluación de Proyectos, quinta edición Editorial Mc, Graw Hill.

Cámara de Comercio de Bucaramanga.12/09/2008

ESCOLASTICO. Raúl Historia de los restaurantes.

Fuente: Advertising Age, Mercadotecnia, tercera edición, 28 de Mayo de 1984, Pág.504Univisión.com, Febrero 2006.

FUSCHER Laura y ESPEJO Jorge, Mercadotecnia tercera edición, Editorial Mc, Graw Hill.

GONZALEZ A., Luis J. Ética, Editorial El Búho.

Guía para la creación de empresas Estables y Competitivas en Bucaramanga y Santander Como iniciar su propio Negocio, Recopilado por el Economista: Pedro Enrique Olaya Díaz. Departamento desarrollo Empresarial Cámara de Comercio de Bucaramanga.

JANY C., José N. Investigación Integral de Mercados, Avances para el Nuevo Milenio, Editorial Mc, Graw Hill.

MÉNDEZ A., Carlos E. Metodología. Guía para elaborar diseño de investigación en ciencias, económicas contables y administrativas Editorial Mc, Graw Hill.

WEBGRAFIA

<http://adgcolombia.org/foro/viewtopic.php?t=246&sid=de2ea241b372b8646a0ef530d2ec5fec>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Bucaramanga>

<http://www.camaradecomercio.gov.co>

<http://www.dane.gov.co/>

<http://www,orghys.com/contenidos/restaurantes-historia.htm/>

[http://www.revistalabarra.com.co/larevista/edicion-18/capacitacion-10/cocinando-para-el-futuro.htm.](http://www.revistalabarra.com.co/larevista/edicion-18/capacitacion-10/cocinando-para-el-futuro.htm)

<http://www.revistalabarra.com.co/larevista/edicion-18/negocios-8.htm>

<http://www.portafolio.com.co/economía/economiahoy>